

しまねの観光認知度調査 報告書

平成26年5月

島根県 商工労働部 観光振興課

(委託先：株式会社エブリプラン)

第1章. 調査概要.....	1
1. 調査の目的.....	1
2. 調査内容.....	1
第2章. 調査結果.....	3
1. 回答者属性.....	3
2. 島根県の認知度・イメージに関する調査.....	7
設問1. 島根県の認知度.....	7
設問2. 島根県のイメージ.....	8
設問3. 島根県の観光地について知っている事柄.....	12
3. 島根県のギャップ調査.....	15
設問4. 島根県の観光コンテンツの認知度.....	15
設問5. 島根県の観光コンテンツの関心度.....	16
参考1 認知度と関心度のマトリックス分析.....	17
4. 島根県への旅行実績.....	21
設問6. 島根県への旅行経験.....	21
設問7. 島根県への旅行で訪れた観光地.....	22
設問8. 島根県への旅行で満足した点.....	24
設問9. 島根県への旅行で改善してほしい・不満に感じた点.....	27
5. 島根県への観光意欲.....	30
設問10. 行ってみたい都道府県上位5位.....	30
設問11. 島根県への旅行意向.....	32
設問12. 魅力的と思う旅行テーマ.....	33
設問13. 島根県の観光地で行ってみたい場所.....	37
設問14. 島根県に行ってみたいと思わない理由.....	41
6. 島根県の情報接触度.....	43
設問15. 過去1年間の島根県に関する情報の接触経験.....	43
参考2 島根県に関する情報接触経験の比較分析.....	44
設問16. 島根県の情報を見聞きしたツール.....	46
設問17. 見聞きしたことがある観光プロジェクト・キャンペーン.....	50
7. 「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度調査.....	53
設問18. 観光PRキャンペーンの認知度.....	53
参考3 観光PRキャンペーンの比較分析.....	54
設問19. 観光PRキャンペーンの情報を見聞きしたツール.....	59
設問20. 他の自治体の観光プロジェクト・キャンペーンの認知度.....	61
参考4 国内観光地（旅行先）を選ぶ決め手.....	63
参考5 国内観光地（旅行先）を選ぶ際に参考にする情報.....	65
第3章. 資料編.....	67

第1章. 調査概要

1. 調査の目的

島根県では、平成 22 年度からの「神々の国しまね」プロジェクトや平成 25 年度から実施している「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンにおいて、様々なイベントやキャンペーン等を行うことにより島根県の認知度向上と誘客促進に取り組んでいる。

本調査では、こうした取り組みを踏まえ、島根県の認知度やイメージの実態を把握し、今後の情報発信方策等に役立てることを目的とする。

また、第 1 回～第 3 回調査結果の比較を行うことで、これまでに実施してきた施策等の効果を検証する。

2. 調査内容

(1) 調査業務名

しまねの観光認知度調査

(2) 実施業務

- ・アンケート調査（全 3 回）
- ・上記の集計
- ・上記の報告

(3) 調査手法

インターネット調査会社への委託による WEB 調査
委託先：株式会社インテージ

(4) 調査対象

首都圏（埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県）在住の 20 代～60 代の男女

(5) 調査期間

第 1 回調査：平成 25 年 6 月 28 日（金）～7 月 1 日（月）

第 2 回調査：平成 25 年 10 月 4 日（金）～10 月 6 日（日）

第 3 回調査：平成 26 年 1 月 24 日（金）～1 月 27 日（月）

1. 調査概要

(6) 依頼数・有効回答数・回収率

	第1回調査	第2回調査	第3回調査	合計
依頼数	7,889	8,263	8,323	24,475
有効回答数	3,130	3,108	3,107	9,345
回収率 (有効回答数／依頼数)	39.7%	37.6%	37.3%	38.2%

(7) 設問構成内容

- ① 島根県の認知度・イメージに関する調査
- ② 島根県のギャップ調査
- ③ 島根県への旅行実績
- ④ 島根県への観光意欲
- ⑤ 島根県の情報接触度
- ⑥ 観光行動に関する調査 (第1回のみ)
- ⑦ 「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度調査 (第2回、第3回のみ)

第2章. 調査結果

1. 回答者属性

(1) 性別・年代

本調査では第1回～第3回の調査を行い、それぞれ20～60代の男女について、性別×年代の各セグメントが約1割ずつとなるようにサンプルを抽出した。

		TOTAL		第1回調査		第2回調査		第3回調査	
		実数	割合	実数	割合	実数	割合	実数	割合
性別	男性	4,653	49.8	1,558	49.8	1,546	49.7	1,549	49.9
	女性	4,692	50.2	1,572	50.2	1,562	50.3	1,558	50.1
年代	20代	1,855	19.8	620	19.8	620	19.9	615	19.8
	30代	1,868	20.0	621	19.8	622	20	625	20.1
	40代	1,876	20.1	627	20	626	20.1	623	20.1
	50代	1,876	20.1	631	20.2	626	20.1	619	19.9
	60代	1,870	20.0	631	20.2	614	19.8	625	20.1
性別×年代	男性20代	916	9.8	306	9.8	306	9.8	304	9.8
	男性30代	931	10.0	310	9.9	307	9.9	314	10.1
	男性40代	935	10.0	313	10	315	10.1	307	9.9
	男性50代	935	10.0	313	10	313	10.1	309	9.9
	男性60代	936	10.0	316	10.1	305	9.8	315	10.1
	女性20代	939	10.0	314	10	314	10.1	311	10.0
	女性30代	937	10.0	311	9.9	315	10.1	311	10.0
	女性40代	941	10.1	314	10	311	10	316	10.2
	女性50代	941	10.1	318	10.2	313	10.1	310	10.0
女性60代	934	10.0	315	10.1	309	9.9	310	10.0	

(2) 居住地

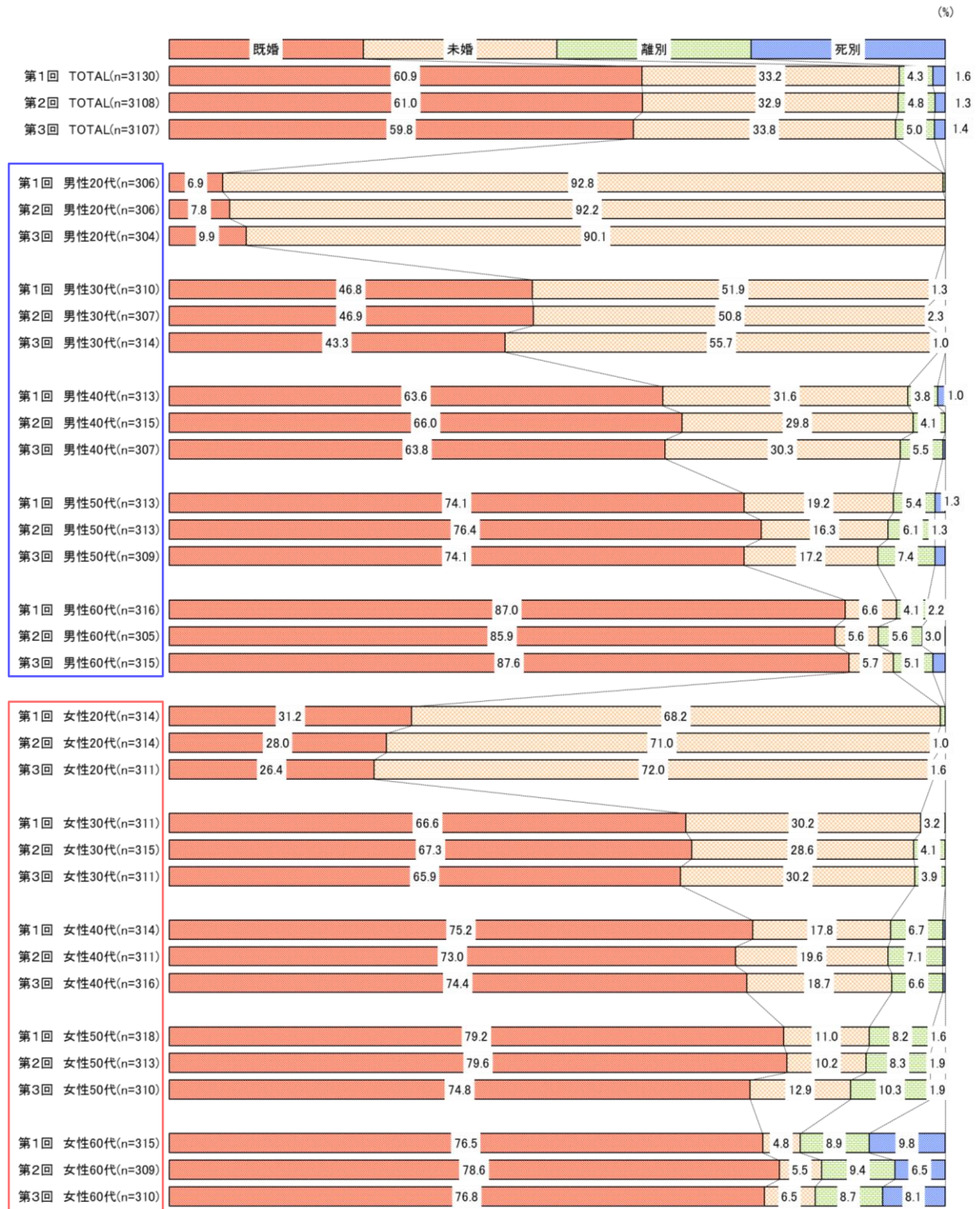
居住地についても、第1回～第3回調査において対象の4都県のサンプルが毎回同数となるように抽出しており、東京都は約40%、神奈川県が約25%、埼玉県が約20%、千葉県が約15%となっている。

		TOTAL		第1回調査		第2回調査		第3回調査	
		実数	割合	実数	割合	実数	割合	実数	割合
居住地	東京都	3,824	40.9	1,239	39.6	1,293	41.6	1,292	41.6
	神奈川県	2,384	25.5	835	26.7	765	24.6	784	25.2
	埼玉県	1,691	18.1	545	17.4	563	18.1	583	18.8
	千葉県	1,446	15.5	511	16.3	487	15.7	448	14.4

2. 調査結果

(3) 未既婚状況

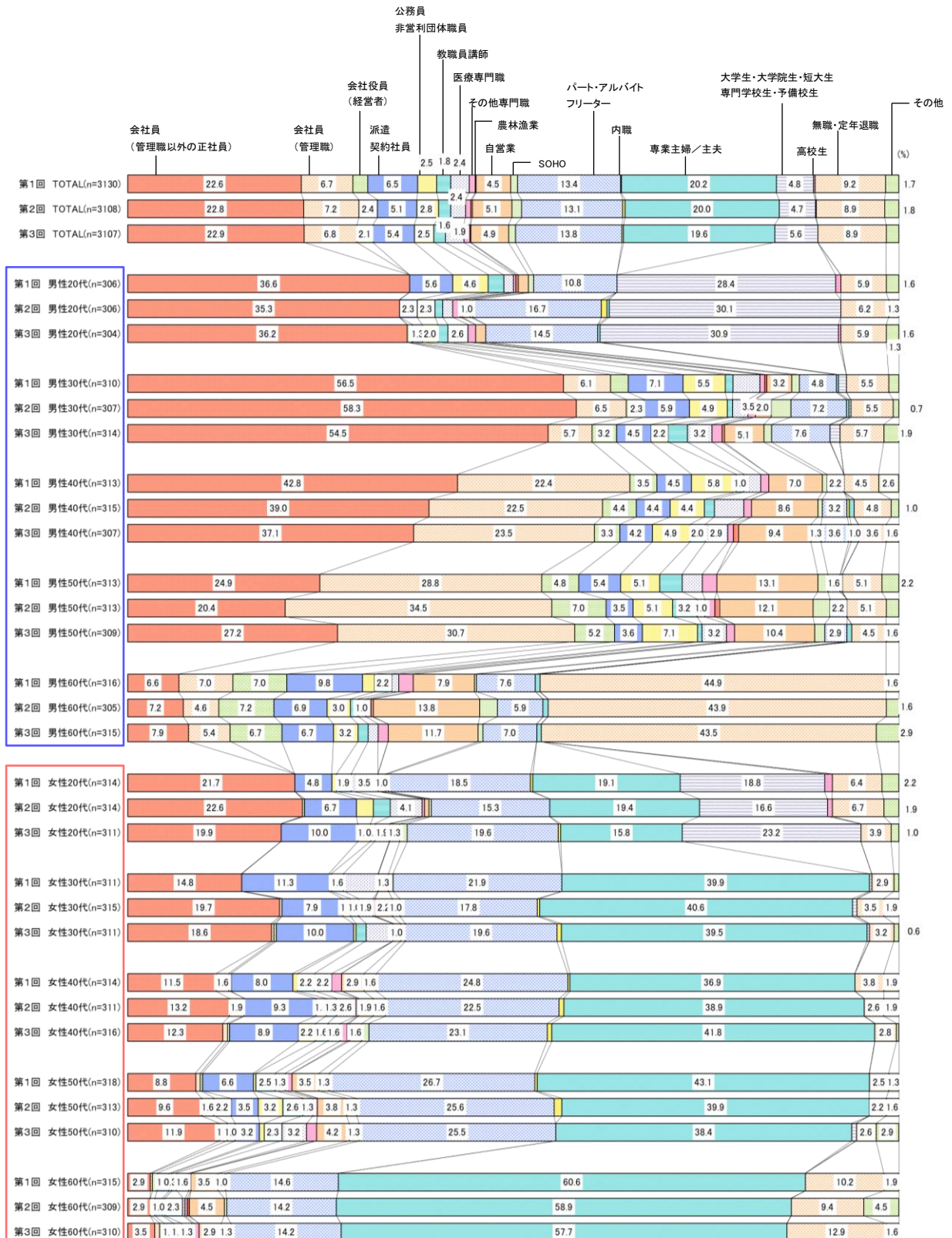
未婚・既婚状況は、全3回の調査を通して大きな差はなく、全体では約6割が既婚、約3割が未婚である。性別×年代のセグメント別で見ても、各回概ね同様の結果となっている。



2. 調査結果

(4) 職業

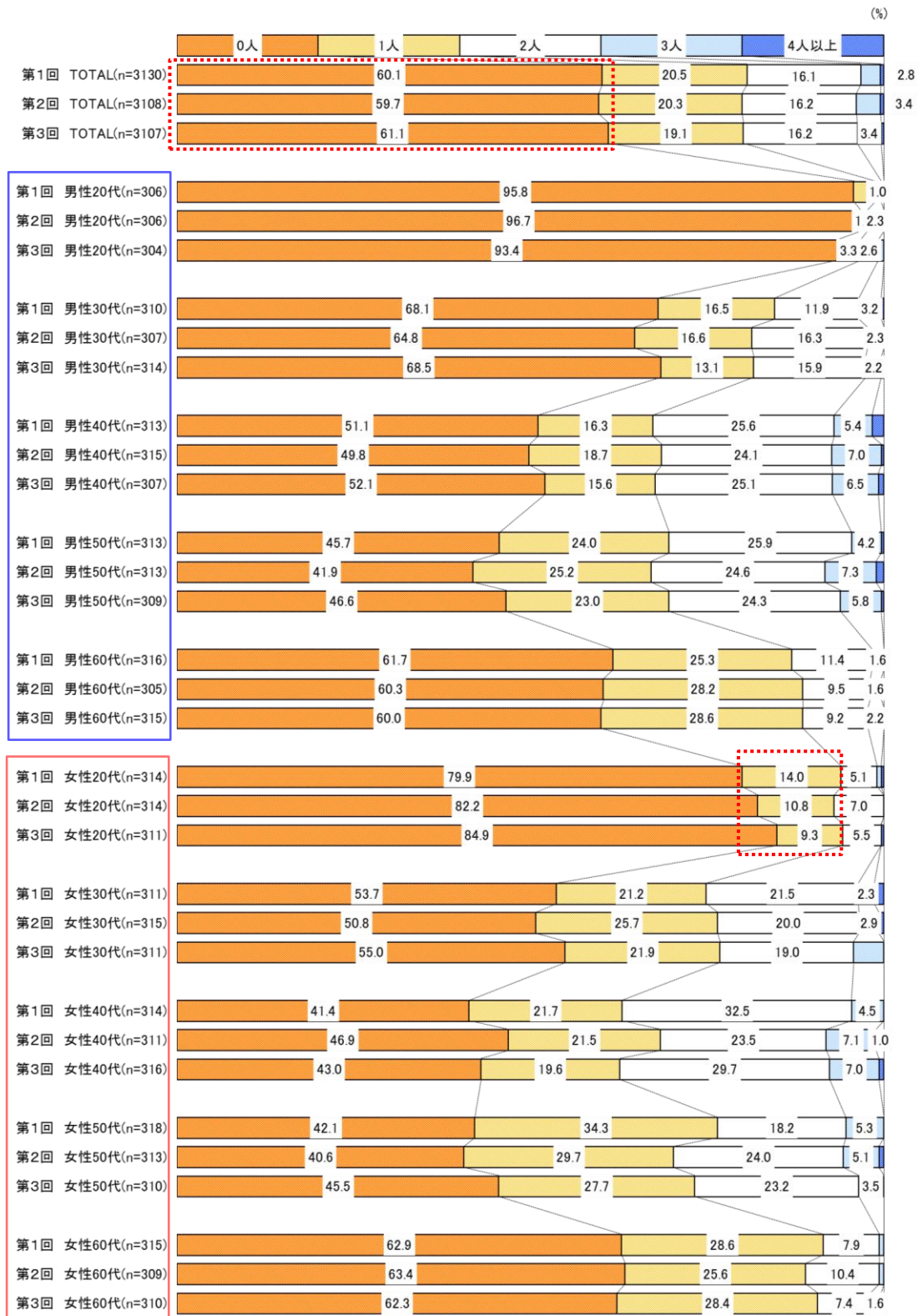
回答者の職業は、全体的には全3回の調査で概ね同様な傾向となっており、「会社員（管理職以外の正社員）」と「専業主婦／主夫」が多く、それぞれ約2割を占めている。性別×年代のセグメント別でも、第1回～第3回の調査結果を比較して大きな差は見られない。



2. 調査結果

(5) 同居子ども人数

同居する子どもの人数をみると、全3回の調査を通して大きな差はなく、全体では「0人」が最も多く約6割を占めている。性別×年代のセグメント別の傾向も各同様な結果となっており、20代女性は20代男性と比較して「1人」と回答している割合が高くなっている。



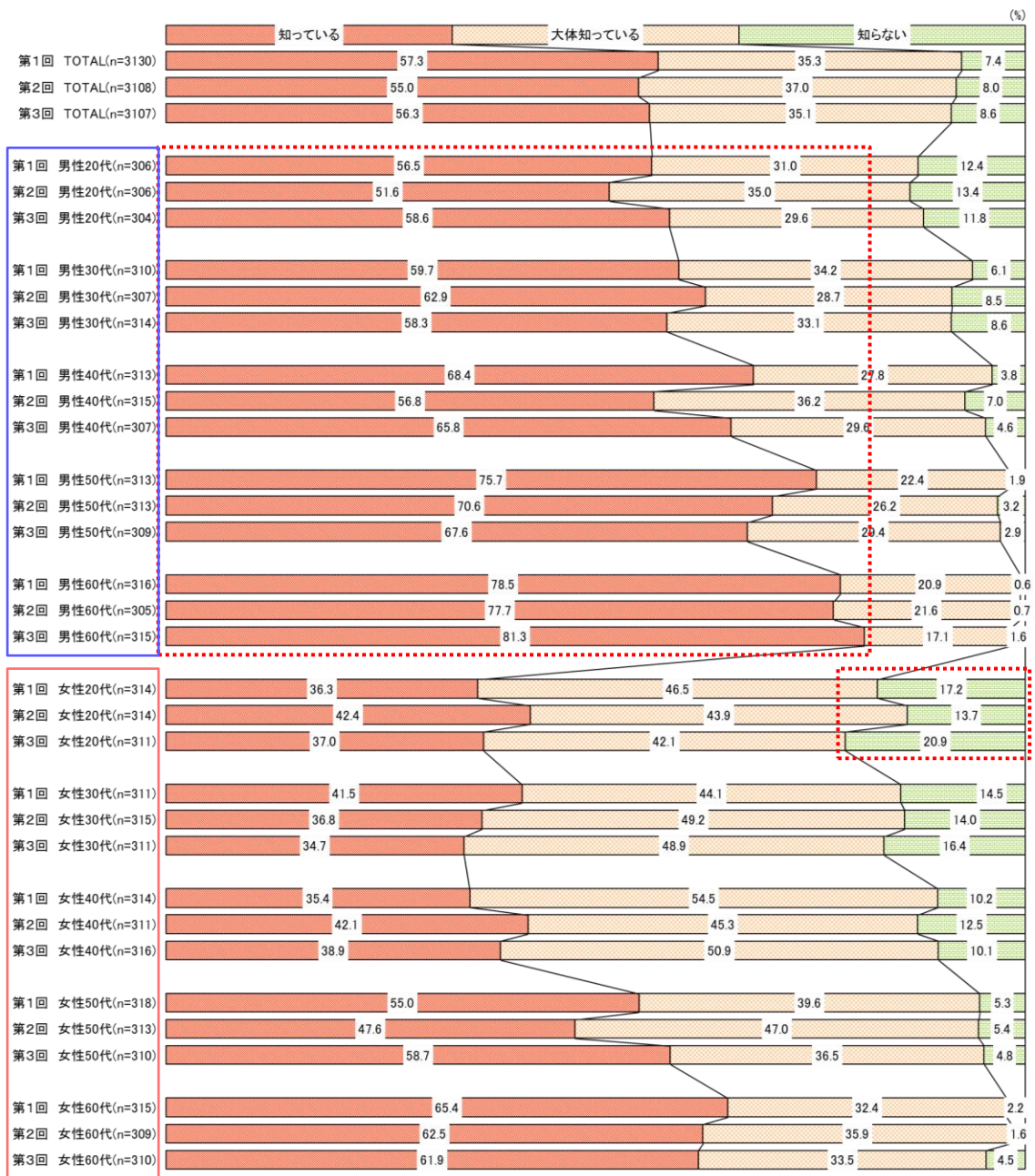
2. 島根県の認知度・イメージに関する調査

【設問 1】 島根県が日本のどこにあるか知っていますか。(回答は1つ)

- ・全体では、「知っている」と「大体知っている」を合わせた割合は9割以上となっており、概ね認知されていると考えられる。

<セグメント分析>

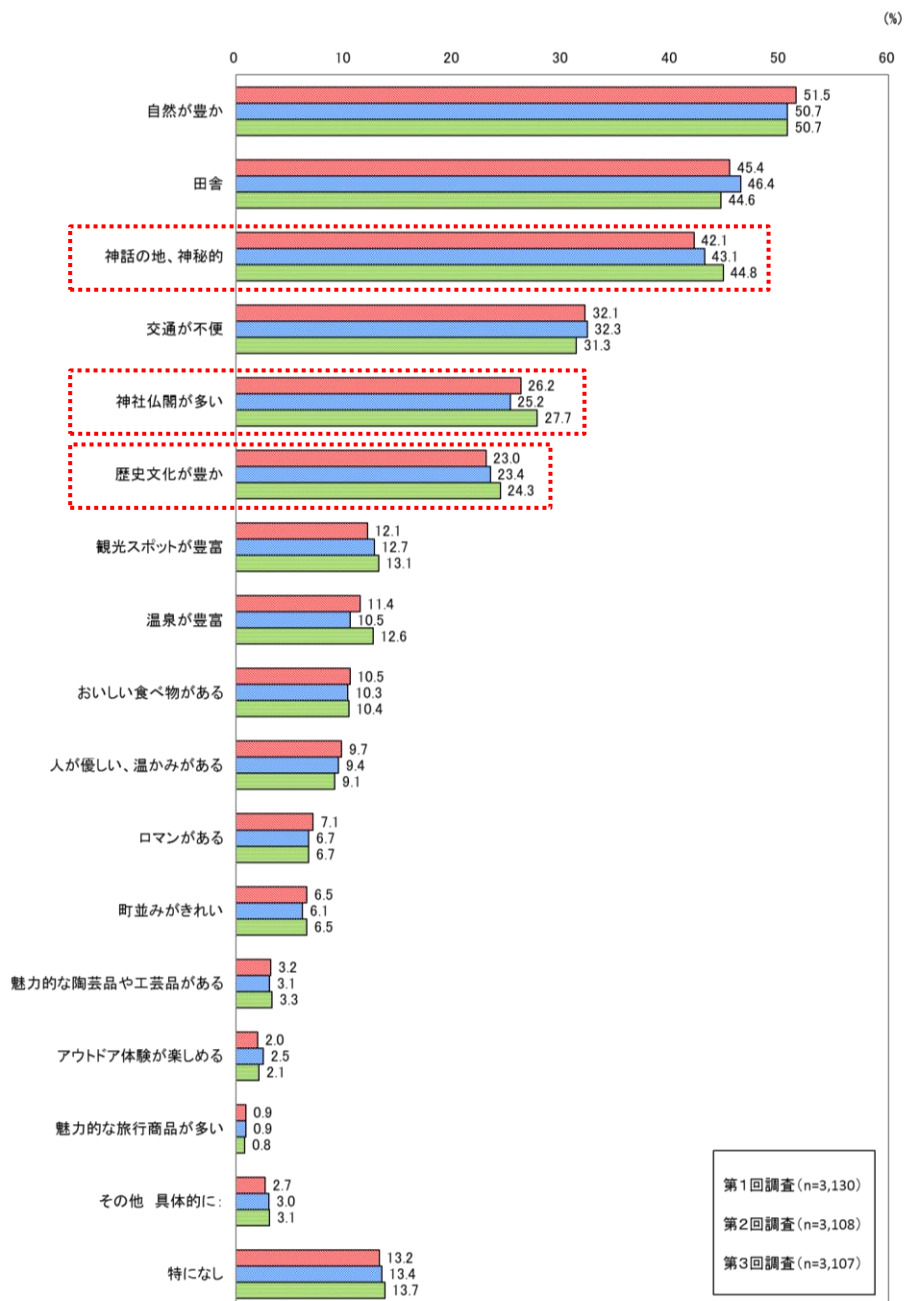
- ・女性よりも男性からの認知度が高く、男性 20~60 代の各年代では「知っている」が 50% 以上となっている。
- ・「知らない」と回答した割合は、20 代女性（約 2 割）が最も高くなっている。



2. 調査結果

【設問2】島根県のイメージに当てはまるものをお答えください。島根県を知らない方も、イメージで結構ですのでお答えください。（回答はいくつでも）

- ・「自然が豊か」が1位、「田舎」が2位、「交通が不便」が4位となっており、島根県固有のイメージというより、首都圏が地方一般に対して抱く漠然としたステレオタイプのイメージが強い。
- ・島根県固有のイメージに関しては、第3位「神話の地、神秘的」、第5位「神社仏閣が多い」、第6位「歴史文化豊か」となっており、全3回の調査においてそれぞれ増加傾向である。昨年の出雲大社の式年遷宮により、様々なメディアに取り上げられたことから、出雲大社を中心とした神話・歴史のイメージが強くなっていると推察される。



2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=82

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	7	8.5%	15	18.3%
	しまねっこ	2	2.4%		
	歴代総理で島根出身者が意外と多い	2	2.4%		
	出身芸能人が少ない	1	1.2%		
	島根の弁護士	1	1.2%		
	島根怪獣島根ゴンを祀るシマーネ族が腰ミノ原始人でぎゃーとるずしてる	1	1.2%		
	小泉八雲	1	1.2%		
場所・施設	出雲大社	8	9.8%	15	18.3%
	岩谷産業発祥の地	1	1.2%		
	石見銀山	2	2.4%		
	城がある	1	1.2%		
	大きなワイナリーがある	1	1.2%		
	恋愛成就のスポット	1	1.2%		
	未知のスポットが多い	1	1.2%		
名物・料理・食材	しじみ	6	7.3%	9	11.0%
	和菓子	2	2.4%		
	のどぐろがおいしい	1	1.2%		
自然・気候	日本海に面している	3	3.7%	6	7.3%
	雨・曇が多い	1	1.2%		
	牡丹が世界一	1	1.2%		
	海・島	1	1.2%		
土地柄・人柄	人口が少ない	5	6.1%	7	8.5%
	過疎 土地の人は豊かな生活をしている	1	1.2%		
郷土・文化	故郷／実家／出身地	3	3.7%	6	7.3%
	なまり／方言がある	2	2.4%		
	神楽	1	1.2%		
鳥取県関連	砂丘	5	6.1%	7	8.5%
	らっきょう	1	1.2%		
	ゲゲゲの鬼太郎／水木しげる	1	1.2%		
神話・歴史	竹島	8	9.8%	9	11.0%
	くにつかみ	1	1.2%		
ロケ地・作品の舞台	映画の舞台	1	1.2%	2	2.4%
	天然コケッコ	1	1.2%		
その他	暗い／地味	2	2.4%	8	9.8%
	すごく残念	1	1.2%		
	なじみがない	1	1.2%		
	高校野球が弱い	1	1.2%		
	銭湯がない	1	1.2%		
	友達がいる	1	1.2%		
	話題がない	1	1.2%		
わからない	どんなどころかわからない	1	1.2%	2	2.4%
	わからない	1	1.2%		
回答数合計				86	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

■第2回「その他 具体的に」の自由回答

N=93

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	19	20.4%	25	26.9%
	しまねっこ	3	3.2%		
	石破幹事長	1	1.1%		
	小泉八雲	1	1.1%		
	竹下元総理など自民党の大物が出た。	1	1.1%		
場所・施設	出雲大社	7	7.5%	16	17.2%
	宍道湖	4	4.3%		
	石見銀山	3	3.2%		
	温泉が良い	1	1.1%		
	月山富田城	1	1.1%		
名物・料理・食材	カワラケツメイ茶	1	1.1%	3	26.9%
	ごはんがおいしそう	1	1.1%		
	和菓子	1	1.1%		
自然・気候	海がきれい	2	2.2%	6	7.8%
	寒そう	1	1.1%		
	冬の気候は曇りか雨	1	1.1%		
	日本海に面している	2	2.2%		
土地柄・人柄	人口が少ない	7	7.5%	8	8.6%
	過疎地	1	1.1%		
郷土・文化	安来節	1	1.1%	1	1.1%
鳥取県関連	ゲゲゲの鬼太郎／水木しげる	4	4.3%	5	5.4%
	名探偵コナン	1	1.1%		
神話・歴史	竹島	5	5.4%	5	5.4%
ロケ地・作品の舞台	砂時計	2	2.2%	3	3.2%
	ロケ地が多い	1	1.1%		
その他	暗い／地味	5	5.4%	21	22.6%
	鳥取と間違えやすい	2	2.2%		
	カワトンボの原点	1	1.1%		
	どっかのコンビニが島根だけ無かった	1	1.1%		
	ニュースが少ない	1	1.1%		
	一畑電車	1	1.1%		
	夏の甲子園へ簡単に行ける	1	1.1%		
	見るべきものがあまりない	1	1.1%		
	原発があるので怖い	1	1.1%		
	高齢者が多い	1	1.1%		
	今夏、豪雨災害があった	1	1.1%		
	存在感がない	1	1.1%		
	特段の観光資源無い。産業的にも特徴ない。自主独立性が感じられない。	1	1.1%		
	魅力的な私鉄がある	1	1.1%		
	唯一スタバがない県	1	1.1%		
友達がいる	1	1.1%			
わからない	1	1.1%	1	1.1%	
回答数合計				94	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

■第3回「その他 具体的に」の自由回答

N=92

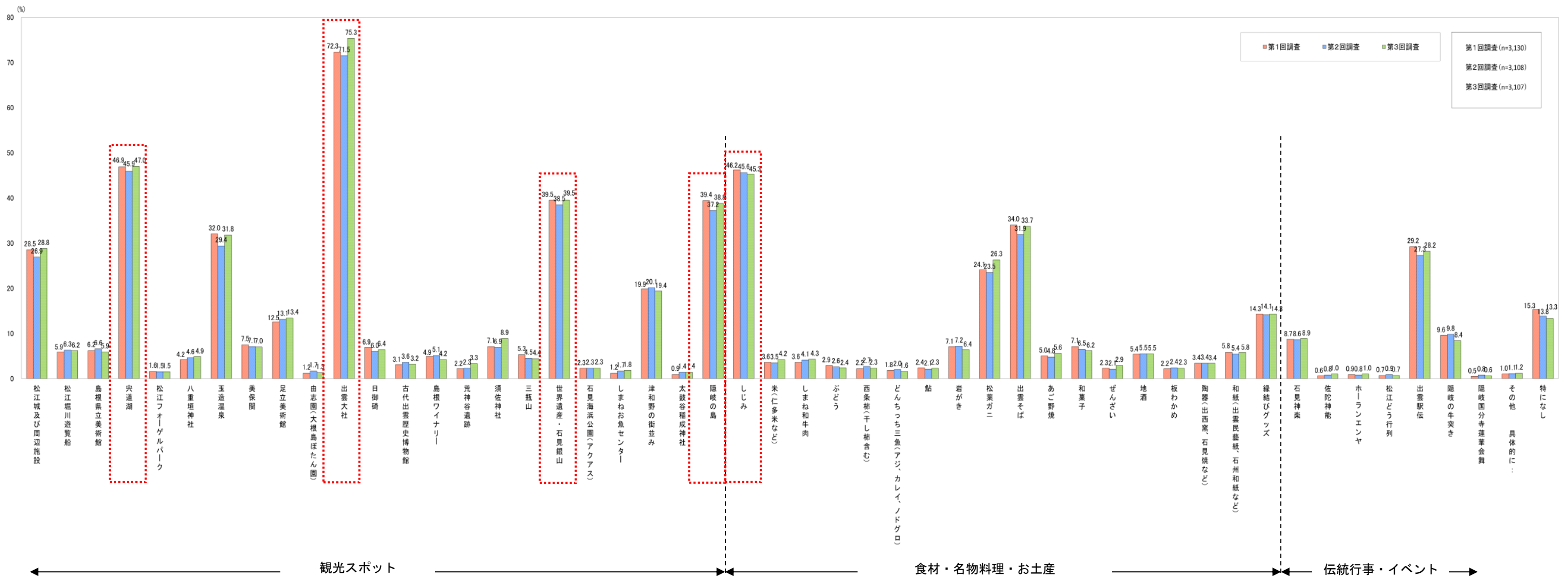
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	12	13.0%	19	20.7%
	しまねっこ	5	5.4%		
	森鷗外、安野光雅さんの出身地。カトリック教会。	1	1.1%		
	竹下元首相の出身地	1	1.1%		
場所・施設	出雲大社	5	5.4%	13	14.1%
	スターバックス	2	2.2%		
	砂丘	2	2.2%		
	しまね海洋館アクアス	1	1.1%		
	石見銀山	1	1.1%		
	足立美術館がある	1	1.1%		
	津和野	1	1.1%		
名物・料理・食材	しじみ	3	3.3%	8	8.7%
	和菓子	2	2.2%		
	出雲そば	2	2.2%		
	海産物に定評がある	1	1.1%		
自然・気候	寒そう	2	2.2%	8	8.7%
	宍道湖	4	4.3%		
	雪・雨 多い	1	1.1%		
	日本海に面している	1	1.1%		
土地柄・人柄	人口が少ない	4	4.3%	10	10.9%
	過疎地	2	2.2%		
	真面目だが非常に消極的	1	1.1%		
	人見知り強い	1	1.1%		
	存在感がやや薄い	1	1.1%		
	保守的・排他的	1	1.1%		
郷土・文化	故郷／実家／出身地	3	3.3%	3	3.3%
鳥取県関連	ゲゲゲの鬼太郎／水木しげる	2	2.2%	3	3.3%
	ふるさと納税のお礼がよい	1	1.1%		
神話・歴史	竹島	7	7.6%	8	8.7%
	大国主＝日本の土着神のいるところ	1	1.1%		
ロケ地・作品の舞台	朝ドラ	1	1.1%	1	1.1%
その他	遠い	3	3.3%	19	20.7%
	一度も行ったことがない	1	1.1%		
	人の住むところではない	1	1.1%		
	これといったイメージがわからない	1	1.1%		
	パソコンがない	1	1.1%		
	ひこにゃん	1	1.1%		
	ロッテリアがない	1	1.1%		
	一畑電車	1	1.1%		
	何もない	1	1.1%		
	仕事がない	1	1.1%		
	出雲駅伝	1	1.1%		
	政治家を多く輩出	1	1.1%		
	石見智翠館、開星	1	1.1%		
	暗い／地味	1	1.1%		
	鳥取と合併した方がよい。議員定数が無駄。	1	1.1%		
	鳥取の隣	1	1.1%		
	旅行者でさえ鳥取県と場所を間違えたところ	1	1.1%		
	わからない	何があるかが分からない	1		
回答数合計				93	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

【設問3】島根県の観光地のうち、知っている事柄をお答えください。(回答はいくつでも)

- ・全3回の調査結果は概ね同様の傾向であり、「出雲大社」、「宍道湖」、「しじみ」、「世界遺産・石見銀山」、「隠岐の島」が上位となっている。
- ・『観光スポット』では「出雲大社」の認知度が高く、第1回72.3%、第3回75.3%と増加していることから、大遷宮や観光キャンペーン等の影響を受けた結果であると推察できる。次いで、「宍道湖」、「世界遺産・石見銀山」の順に認知度が高い。
- ・『食材・名物料理・お土産』でみると、「しじみ」の認知度が最も高く、次いで「出雲そば」、「松葉ガニ」の認知度が高い。一方、「米（仁多米など）」、「しまね和牛肉」、「どんちっち三魚」、「和菓子」、「ぜんざい」などは全て1割の認知度に満たない。
- ・『伝統行事・イベント』では、「出雲駅伝」の認知度が高いが、平成23年にユネスコ無形文化遺産に登録された「佐陀神能」や、「ホーランエンヤ」、「松江どう行列」はほとんど認知されていない。



2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=28

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	里見香奈	2	7.1%	7	25.0%
	ひこにゃん	2	7.1%		
	あら エッサくん	1	3.6%		
	しまねっこ	1	3.6%		
	秘密結社 鷹の爪/吉田くん	1	3.6%		
場所・施設	砂時計	1	3.6%	5	17.9%
	温泉津温泉	1	3.6%		
	出雲大社	1	3.6%		
	小泉八雲記念館	1	3.6%		
	大山	1	3.6%		
名物・料理・食材	どじょうすくい饅頭	1	3.6%	3	10.7%
	十六島のり	1	3.6%		
	赤てん	1	3.6%		
郷土・文化	安来節	1	3.6%	1	3.6%
神話・歴史	竹島	4	14.3%	5	17.9%
	神在祭	1	3.6%		
ロケ地・作品の舞台	仁摩サンドミュージアム	1	3.6%	1	3.6%
その他	デッツオーラ島根	1	3.6%	4	14.3%
	一畑電車	1	3.6%		
	瓦	1	3.6%		
	原始人	1	3.6%		
わからない	わからない	1	3.6%	1	3.6%
無回答	無回答	1	3.6%	1	3.6%
回答数合計				28	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

■第2回「その他 具体的に」の自由回答

N=33

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪/吉田くん	3	9.1%	8	24.2%
	小泉八雲	2	6.1%		
	ちくわ	1	3.0%		
	佐野史郎	1	3.0%		
	江角マキ子	1	3.0%		
場所・施設	安野光雅美術館	1	3.0%	6	18.2%
	奥出雲ワイナリー	1	3.0%		
	砂時計	1	3.0%		
	石見银山	1	3.0%		
	雪舟の郷記念館	1	3.0%		
	大山	1	3.0%		
名物・料理・食材	いちじく	1	3.0%	3	9.1%
	源氏巻き	1	3.0%		
	宍道湖七珍	1	3.0%		
郷土・文化	安来節	1	3.0%	1	3.0%
鳥取県関連	鬼太郎	1	3.0%	1	3.0%
神話・歴史	竹島	6	18.2%	8	24.2%
	神迎え祭	1	3.0%		
	神話	1	3.0%		
ロケ地・作品の舞台	仁摩サンドミュージアム	1	3.0%	1	3.0%
その他	一畑電車	2	6.1%	5	15.2%
	えびすだいいこく100キロマラソン	1	3.0%		
	玉鋼	1	3.0%		
	鷺舞	1	3.0%		
わからない	わからない	1	3.0%	1	3.0%
回答数合計				34	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

■第3回「その他 具体的に」の自由回答

N=37

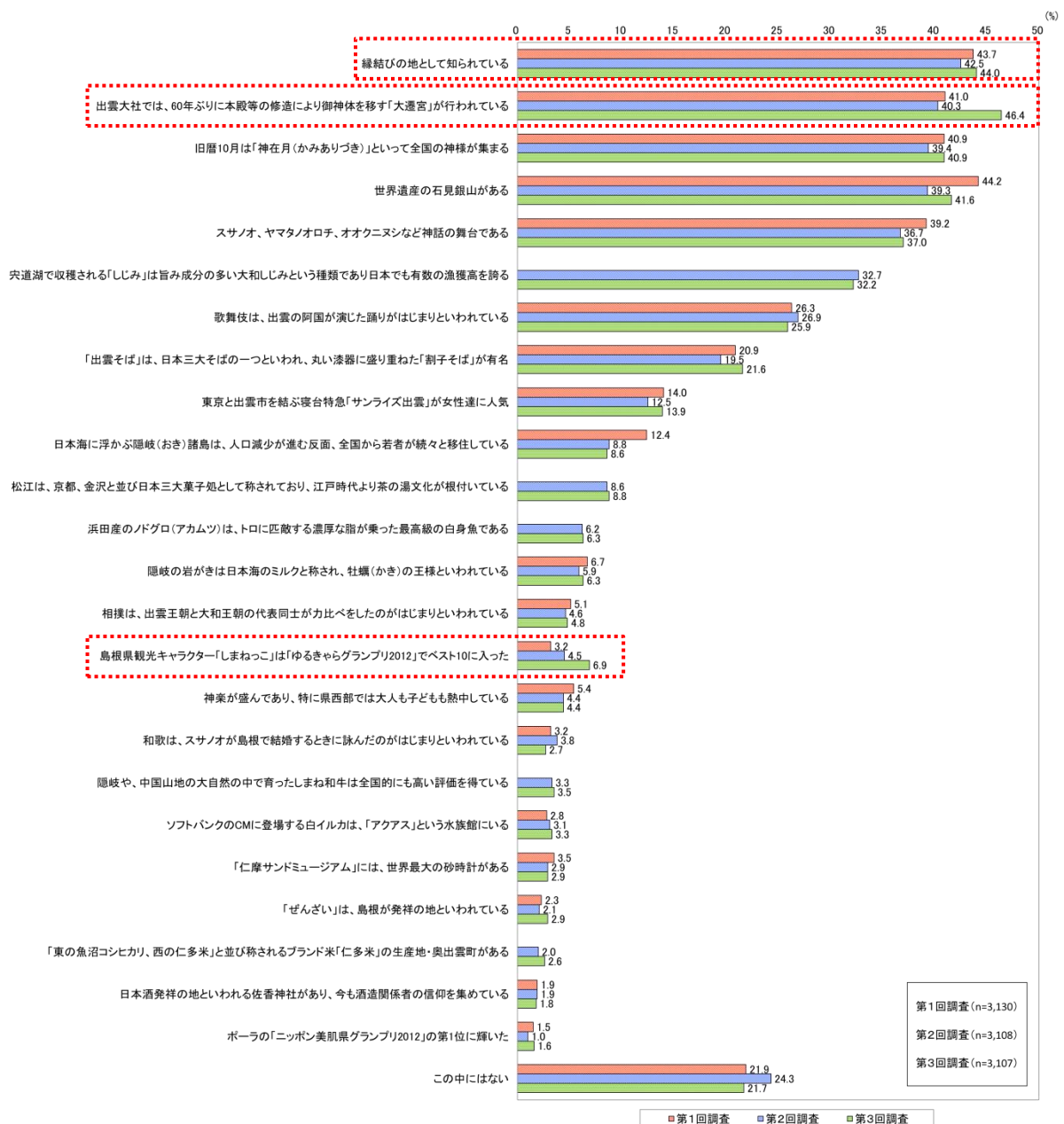
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	しまねっこ	6	16.2%	8	21.6%
	小泉八雲	2	5.4%		
	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	1	2.7%		
場所・施設	温泉津温泉	2	5.4%	4	10.8%
	砂時計	1	2.7%		
	出雲日御碕灯台	1	2.7%		
名物・料理・食材	のどぐろ	1	2.7%	3	8.1%
	どじょうすくい饅頭	1	2.7%		
	宍道湖七珍	1	2.7%		
自然・気候	日本海	1	2.7%	1	2.7%
郷土・文化	安来節	1	2.7%	1	24.2%
鳥取県関連	砂丘	1	2.7%	3	9.7%
	大山	1	2.7%		
	鬼太郎	1	2.7%		
神話・歴史	竹島	5	13.5%	5	13.5%
その他	一畑電車	2	5.4%	13	35.1%
	SLやまぐち号	1	2.7%		
	カレンダー	1	2.7%		
	ばんない	1	2.7%		
	勾玉	1	2.7%		
	近い内に行くちゃ	1	2.7%		
	鷺舞	1	2.7%		
	奥出雲おろち号	1	2.7%		
	出雲も津和野も知ってるが、それが島根県たというのを知らなかった	1	2.7%		
	出雲駅伝	1	2.7%		
	植物ミネラル	1	2.7%		
	石ノ森	1	2.7%		
わからない	わからない	1	2.7%	1	2.7%
回答数合計				39	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

3. 島根県のギャップ調査

【設問4】島根県に関して以下のことをご存知ですか。ご存知のものをお答えください。（回答はいくつでも）

- 全体で見ると、「縁結び」や「大遷宮」といった出雲大社に関する項目の割合が上位となっている。
- 「大遷宮」は、第1回（41.0%）と第3回（46.4%）を比較すると5.4ポイント増加している。また、「しまねっこ」の認知度も第1回（3.2%）と第3回（6.9%）を比較すると3.7ポイント増加している。

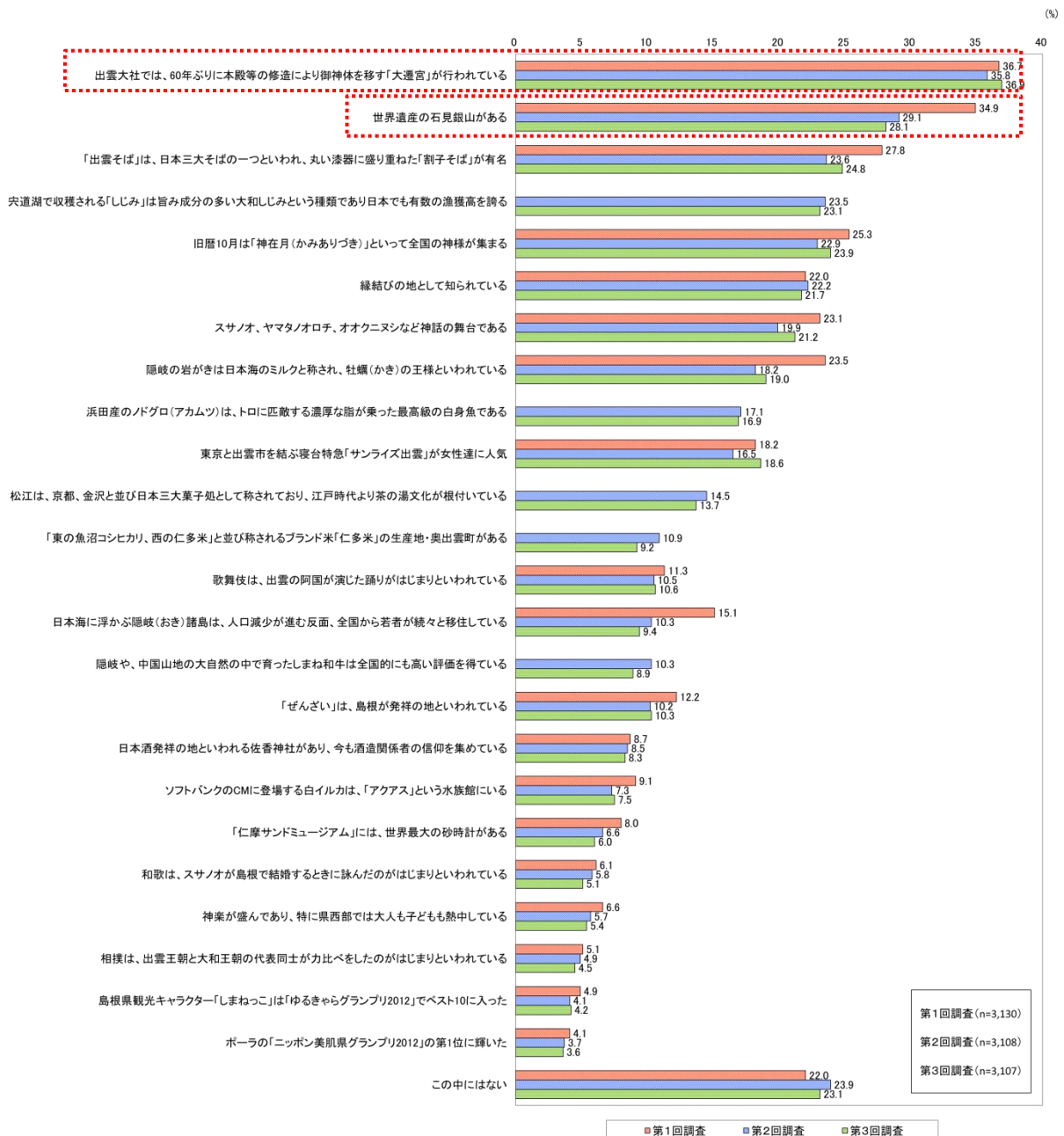


2. 調査結果

【設問5】島根県に関する以下の項目について関心があるものをお答えください。

(回答はいくつでも)

- ・全体的に減少傾向となっているが、これは第1回調査時期が大遷宮の関係で関心度が一気に高まっていた時期であり、時間が経つにつれて落ち着いたのではないかと考えられる。
- ・「大遷宮」が最も高い割合を占めており、次いで「石見銀山」、「割子そば」、「しじみ」、「神在月」が上位となっている。
- ・「世界遺産・石見銀山」は第1回と第3回を比較すると6.8ポイント減少しているが、これは平成25年6月に富士山が世界遺産登録を受けたことで、石見銀山も多少メディアで紹介されたことなどから、第1回調査時には関心度が高まっていたと考えられる。



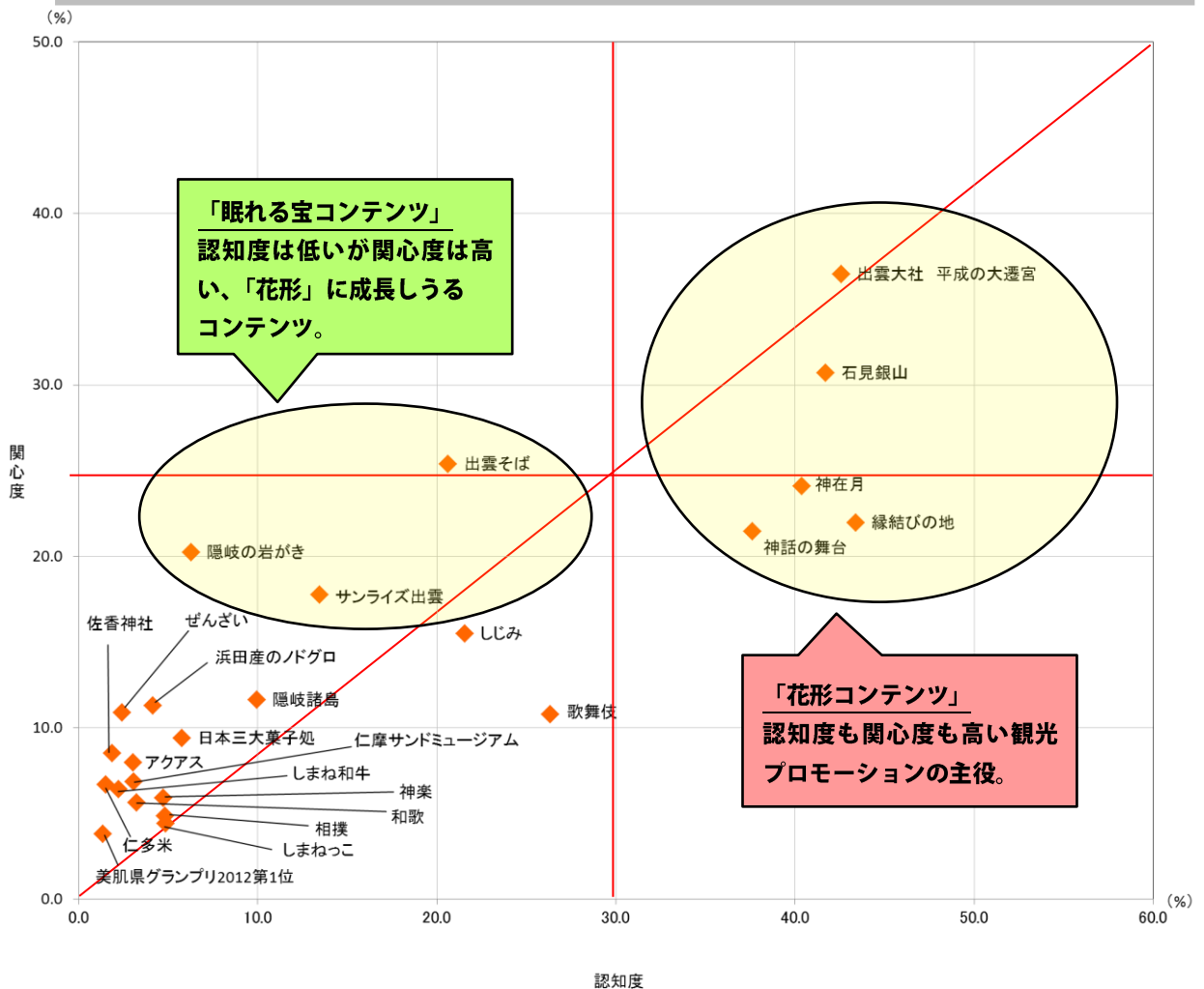
参考1

認知度と関心度のマトリックス分析

- (1) 認知度（設問4）と関心度（設問5）の比較分析（ギャップ調査）
- (2) 「花形コンテンツ」に対するセグメント分析（関心度）
- (3) 「眠れる宝コンテンツ」に対するセグメント分析（関心度）

(1) 認知度（設問4）と関心度（設問5）の比較分析（ギャップ調査）

- ・ 認知度と関心度について、全3回の調査結果を合計し、それぞれを縦横軸として分布図を確認する。
- ・ 認知度、関心度ともに高い「出雲大社 平成の大遷宮」、「石見銀山」、「神在月」、「縁結びの地」、「神話の舞台」は、観光プロモーションの主役を担う「花形コンテンツ」といえる。
- ・ 認知度は低いが関心度が高い「出雲そば」、「隠岐の岩がき」、「サンライズ出雲」は、今後「花形コンテンツ」に成長しうる「眠れる宝コンテンツ」といえる。



2. 調査結果

■認知度と関心度のギャップ

- ・認知度と関心度のギャップ（関心度－認知度）が大きい「浜田産のノドグロ」、「ぜんざい」、「日本酒発祥の地 佐香神社」、「隠岐の岩がき」等についても、「眠れる宝コンテンツ」といえる。
- ・「眠れる宝コンテンツ」は、主にグルメに関するものとなっている。

項目	認知度	関心度	ギャップ (関心度-認知度)
TOTAL	100.0	100.0	0.0
縁結びの地として知られている	43.4	22.0	▲ 21.4
旧暦10月は「神在月（かみありづき）」とあって全国の様相が集まる	40.4	24.1	▲ 16.3
出雲大社では、60年ぶりに本殿等の修造により御神体を移す「大遷宮」が行われている	42.6	36.5	▲ 6.1
スサノオ、ヤマタノオロチ、オオクニヌシなど神話の舞台である	37.6	21.4	▲ 16.2
和歌は、スサノオが島根で結婚するときに詠んだのがはじまりといわれている	3.2	5.6	2.4
相撲は、出雲王朝と大和王朝の代表同士が力比べをしたのがはじまりといわれている	4.8	4.8	0.0
歌舞伎は、出雲の阿国が演じた踊りがはじまりといわれている	26.3	10.8	▲ 15.6
日本酒発祥の地といわれる佐香神社があり、今も酒造関係者の信仰を集めている	1.9	8.5	6.6
神楽が盛んであり、特に県西部では大人も子どもも熱中している	4.7	5.9	1.2
世界遺産の石見銀山がある	41.7	30.7	▲ 11.0
日本海に浮かぶ隠岐（おき）諸島は、人口減少が進む反面、全国から若者が続々と移住している	10.0	11.6	1.7
「仁摩サンドミュージアム」には、世界最大の砂時計がある	3.1	6.8	3.8
東京と出雲市を結ぶ寝台特急「サンライズ出雲」が女性達に人気	13.5	17.8	4.3
ポーラの「ニッポン美肌県グランプリ2012」の第1位に輝いた	1.4	3.8	2.4
島根県観光キャラクター「しまねっこ」は「ゆるきゃらグランプリ2012」でベスト10に入った	4.9	4.4	▲ 0.5
ソフトバンクのCMに登場する白イルカは、「アクアス」という水族館にいる	3.1	8.0	4.9
「出雲そば」は、日本三大そばの一つといわれ、丸い漆器に盛り重ねた「割子そば」が有名	20.6	25.4	4.7
「ぜんざい」は、島根が発祥の地といわれている	2.4	10.9	8.5
隠岐の岩がきは日本海のミルクと称され、牡蠣（かき）の王様といわれている	6.3	20.2	14.0
宍道湖で収穫される「しじみ」は旨み成分の多い大和しじみという種類であり日本でも有数の漁獲高を誇る	21.6	15.5	▲ 6.1
松江は、京都、金沢と並び日本三大菓子処として称されており、江戸時代より茶の湯文化が根付いている	5.8	9.4	3.6
隠岐や、中国山地の大自然の中で育ったしまね和牛は全国的にも高い評価を得ている	2.2	6.4	4.2
浜田産のノドグロ（アカムツ）は、トロに匹敵する濃厚な脂が乗った最高級の白身魚である	4.2	11.3	7.1
「東の魚沼コシヒカリ、西の仁多米」と並び称されるブランド米「仁多米」の生産地・奥出雲町がある	1.5	6.7	5.1
この中にはない	22.6	23.0	0.4

(2) 「花形コンテンツ」に対するセグメント分析（関心度）

- 全3回の調査結果の平均値をみると、「出雲大社 平成の大遷宮」は50～60代男女、「石見銀山」は60代男女からの関心度が高く、4割以上となっている。
- 「縁結びの地」、「神在月」については女性からの関心度が高く、「縁結びの地」に関しては特に20～30代女性からの関心が高い。
- 「神話の舞台」はセグメントごとの関心度に差はないが、50代男性からの関心度が最も高くなっている。

		n=	遷宮の修造が行われ、御体は60年ぶりに本殿	世界遺産の石見銀山がある	まづ旧暦10月1日は「神在月」か様があり	縁結びの地として知られている	クスノキなど、ヤマタノオロチ、オオ	(%)
AVERAGE		3,115	36.5	30.7	24.0	22.0	21.4	
男性20代	平均値	305	20.8	20.6	16.8	19.1	19.3	
男性30代	平均値	310	27.1	27.9	19.6	17.0	22.1	
男性40代	平均値	312	31.2	26.5	18.6	13.3	18.3	
男性50代	平均値	312	42.5	33.8	21.8	16.9	25.7	
男性60代	平均値	312	46.9	46.0	24.0	22.3	20.0	
女性20代	平均値	313	28.5	23.1	25.3	38.2	20.6	
女性30代	平均値	312	34.6	24.4	28.0	29.4	19.4	
女性40代	平均値	314	38.0	31.2	31.6	20.2	21.9	
女性50代	平均値	314	46.8	32.2	28.8	20.2	23.7	
女性60代	平均値	311	47.9	41.2	25.8	22.8	23.3	

2. 調査結果

(3) 「眠れる宝コンテンツ」に対するセグメント分析（関心度）

- ・全3回の調査結果の平均値をみると、「出雲そば」、「隠岐の岩がき」は60代男女からの関心度が最も高く、「浜田産のノドグロ」は50~60代男女からの関心度が高くなっている。
- ・「日本酒発祥の地 佐香神社」は50~60代男性からの関心度が高い。
- ・「ぜんざい」や「アクアス」、「仁多米」は女性からの関心度が高い。
- ・「サンライズ出雲」は、60代女性からの関心度が最も高くなっている。

		ねつと割子そば	出雲そば	隠岐の岩がき	東京と出雲市を結ぶ寝台特急「サンライズ出雲」	乗った最高級の白身魚である	浜田産のノドグロ（アカムツ）	と「ぜんざい」は、島根が発祥の地	ある	「仁多米」の生産地・奥出雲町	「東の魚沼コシヒカリ、西の仁多米」の生産地・奥出雲町	社集	日本酒発祥の地といわれる佐香神社	イルフトバンのCMに登場する水	(%)
n=		3,115	25.4	20.2	17.8	17.0	10.9	10.1	8.5	8.0					
AVERAGE		3,115	25.4	20.2	17.8	17.0	10.9	10.1	8.5	8.0					
男性20代	平均値	305	17.1	12.2	12.3	13.0	9.4	7.4	7.2	7.5					
男性30代	平均値	310	21.6	14.2	15.9	15.6	8.6	9.5	9.5	6.6					
男性40代	平均値	312	21.7	18.3	17.1	16.1	7.4	8.4	6.6	5.0					
男性50代	平均値	312	30.1	20.8	15.5	20.1	7.5	8.1	10.3	5.5					
男性60代	平均値	312	37.3	27.1	13.9	22.9	8.3	8.4	12.9	2.8					
女性20代	平均値	313	17.8	16.6	18.1	11.5	15.4	11.8	8.3	13.4					
女性30代	平均値	312	23.8	19.3	21.9	16.2	15.2	11.4	7.8	11.8					
女性40代	平均値	314	20.5	20.9	19.2	15.8	12.1	13.1	7.9	10.2					
女性50代	平均値	314	27.9	23.4	19.6	18.7	12.2	10.9	7.5	10.1					
女性60代	平均値	311	35.7	29.3	24.2	20.2	12.7	11.3	7.0	6.6					

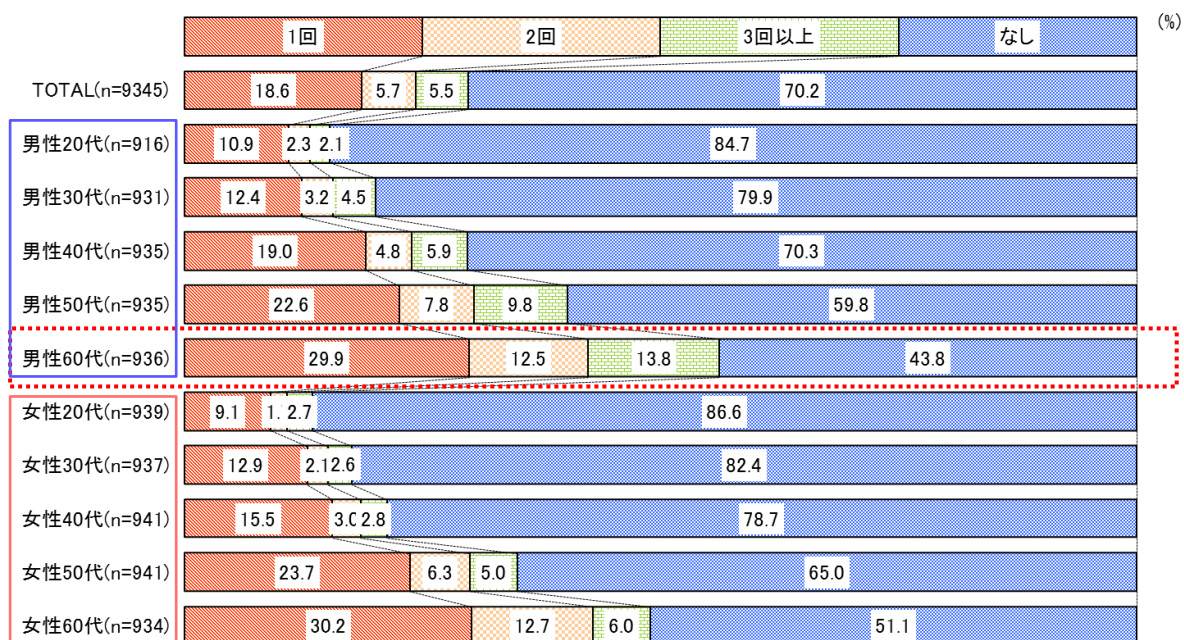
4. 島根県への旅行実績

【設問6】 これまで旅行で島根県に行ったことがありますか。(回答は1つ)

・全3回の調査結果の合計をみると、全体では1回以上「行ったことがある」と回答した人は約3割で、約7割は「行ったことがない」と回答している。

<セグメント分析>

・性別×年代のセグメント別でみると、女性よりも男性の旅行実績の割合が高く、1回でも「行ったことがある」と回答した割合は、60代男性（56.2%）が最も高くなっている。

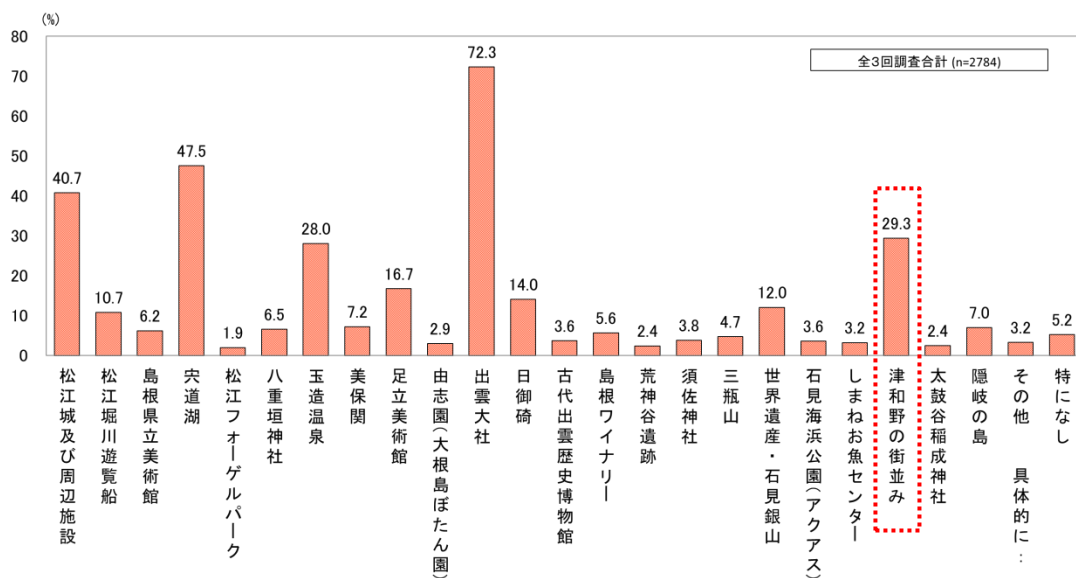


2. 調査結果

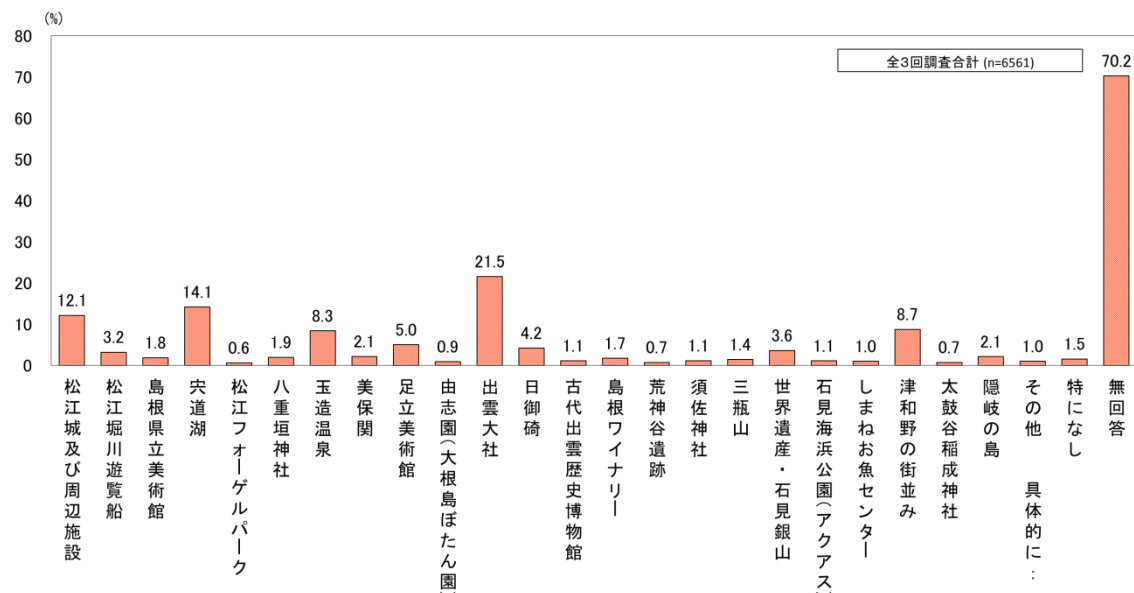
【設問7】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします、どこの観光地や場所に訪れましたか。(回答はいくつでも)

- 全3回の調査結果の合計をみると、全体の傾向としては、1位「出雲大社」(72.3%)、2位「宍道湖」(47.5%)、3位「松江城及び周辺施設」(40.7%)、4位「津和野の街並み」(29.3%)、5位「玉造温泉」(28.0%)となっており、唯一、「津和野の街並み」が県西部の観光地となっている。
- 松江、出雲の観光地を訪れる割合が高く、県西部にある主要な観光地「石見银山」、「アクアス」等への来訪が少ない。

(分母を「行ったことがある」と答えた人数で見た場合)



(分母を総数でみた場合)



2. 調査結果

■ 「その他 具体的に」の自由回答（全3回調査結果の合計）

N=89

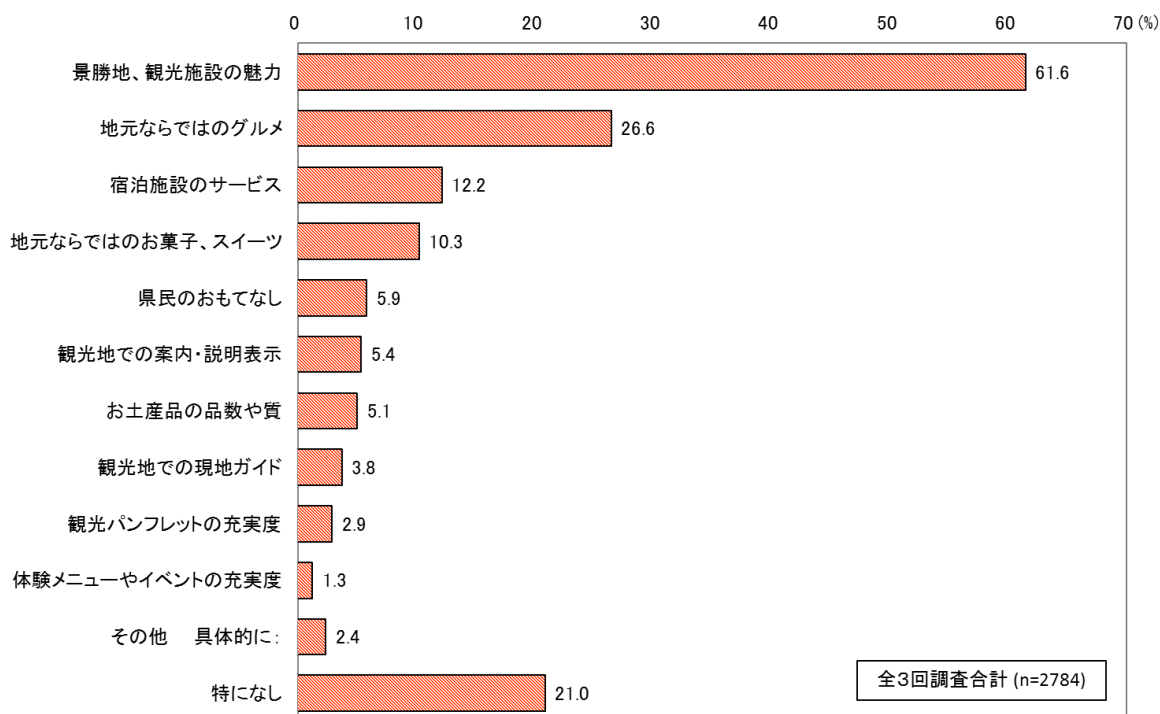
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)			
レジャー施設	出雲ドーム	2	2.2%	5	5.6%			
	琴引スキー場	1	1.1%					
	キャンプ場	1	1.1%					
	松江イングリッシュガーデン	1	1.1%					
街並み	津和野	1	1.1%	2	2.2%			
	神門通り	1	1.1%					
美術館・博物館	小泉八雲記念館	3	3.4%	9	10.1%			
	安来節演芸館	2	2.2%					
	ステンドグラス美術館	1	1.1%					
	しまね海洋館アクアス	1	1.1%					
	ポーラ美術館	1	1.1%					
	鉄の歴史博物館	1	1.1%					
	鳥取県	大山	3			3.4%	4	4.5%
	鬼太郎	1	1.1%					
ロケ地・作品の舞台	仁摩サンドミュージアム	10	11.2%	10	11.2%			
神社・仏閣	神魂神社	1	1.1%	4	4.5%			
	熊野大社	1	1.1%					
	須賀神社	1	1.1%					
	出雲大社	1	1.1%					
自然	江の川	1	1.1%	7	7.9%			
	斐伊川	1	1.1%					
	立久恵峡	1	1.1%					
	砂丘	1	1.1%					
	青海島	1	1.1%					
	畳が浦	1	1.1%					
	斐伊川の上流？ヤマタノオロチ実感。	1	1.1%					
	市街地	浜田	8			9.0%	20	22.5%
	益田市街	1	1.1%					
	旧出雲市駅舎	1	1.1%					
	旧大社駅	1	1.1%					
	松江駅周辺	1	1.1%					
	石見川本	1	1.1%					
	田儀町	1	1.1%					
	松江周辺のみ	2	2.2%					
	出雲坂根駅	1	1.1%					
	出雲市駅周辺	1	1.1%					
	大田	1	1.1%					
	江津	1	1.1%					
海岸・浜辺	海／海岸／海水浴	2	2.2%	5	5.6%			
	琴ヶ浜	1	1.1%					
	稲佐の浜	1	1.1%					
	日本海	1	1.1%					
温泉	温泉	2	2.2%	3	3.4%			
	温泉津温泉	1	1.1%					
その他	一畑電車	3	3.4%	27	30.3%			
	祖父の家	3	3.4%					
	30年も前なのでこの位しか覚えてない	1	1.1%					
	子会社工場(斐川町)	1	1.1%					
	親戚の家	1	1.1%					
	西長門	1	1.1%					
	電車で通貨のみ	1	1.1%					
	島根国体に参加した	1	1.1%					
	木次線	1	1.1%					
	窯元(湯町窯、出西窯など)	1	1.1%					
	立正大浜南高校野球部	1	1.1%					
	忘れた	1	1.1%					
	横断	1	1.1%					
	住んでいた	1	1.1%					
	松江自動車道	1	1.1%					
	泉鏡花の家	1	1.1%					
	母方の実家	1	1.1%					
	友人宅	1	1.1%					
	山陰合同銀行本店展望台	1	1.1%					
	修学旅行なので覚えていない	1	1.1%					
	鉄道写真の撮影	1	1.1%					
	島根県庁	1	1.1%					
	石ノ森	1	1.1%					
	回答数合計					96	-	

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

【設問8】設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします、どのようなところに満足しましたか。(回答はいくつでも)

- ・全3回の調査結果の合計をみると、「景勝地・観光施設の魅力」(61.6%)が最も多く、次いで「地元ならではのグルメ」(26.6%)、「宿泊施設のサービス」(12.2%)、「地元ならではの菓子、スイーツ」(10.3%)となっている。
- ・「特になし」が約2割となっており、島根県への来訪に満足感が得られなかった人も少なくないことが分かる。



2. 調査結果

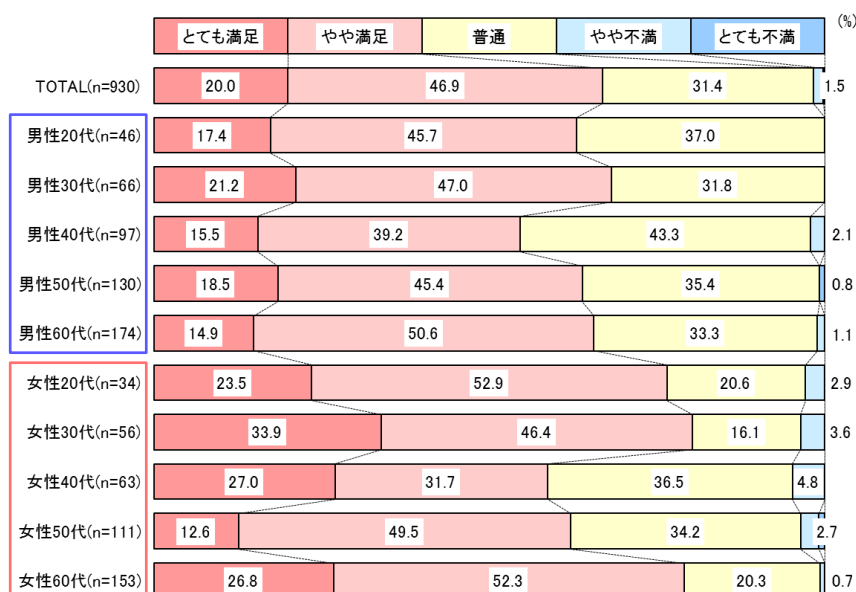
■性別×年代別セグメント集計表（全3回調査結果の平均値）

<セグメント分析>

- ・「景勝地、観光施設の魅力」や「宿泊施設のサービス」、「観光地での案内・説明表示」は、60代男女の満足度が高い。
- ・「地元ならではのグルメ」、「お土産品の品数や質」は20～30代女性の満足度が高くなっており、「地元ならではの菓子、スイーツ」は20代女性の満足度が高い。
- ・「地元ならではのグルメ」は、20～30代男性からの満足度も高くなっている。

	n=	景勝地、 観光施設の 魅力	地元 ならではの グルメ	宿泊 施設のサ ービス	地元 ならではの お菓子、 スイー ツ	県民 のおもて なし	観光 地での 案内・ 説明表 示	お土 産品の 品数や 質	観光 地での 現地ガ イド	観光 パンフ レット の充実 度	体験 メニ ューや イベン トの充 実度	その他 具体的 に：	特 になし	(%)
TOTAL	2,784	61.6	26.6	12.2	10.3	5.9	5.4	5.1	3.8	2.9	1.3	2.4	21.0	
男性20代	140	48.6	34.3	12.9	10.0	9.3	3.6	5.7	3.6	4.3	4.3	0.0	22.1	
男性30代	187	59.4	33.2	15.5	8.0	9.6	5.9	3.2	2.7	7.0	2.1	2.7	20.3	
男性40代	278	48.6	28.8	9.7	4.0	6.8	2.9	4.0	2.2	2.2	1.1	2.9	30.6	
男性50代	376	55.1	24.7	8.5	6.1	5.6	4.0	3.2	2.4	1.1	0.3	2.7	25.8	
男性60代	526	64.4	22.8	14.8	8.4	5.9	7.6	3.8	2.5	2.1	1.0	1.9	22.1	
女性20代	126	54.0	28.6	16.7	20.6	8.7	5.6	11.9	7.1	5.6	5.6	0.8	20.6	
女性30代	165	63.6	38.8	9.7	9.7	4.8	5.5	10.3	4.8	4.8	0.6	3.0	13.3	
女性40代	200	61.5	27.0	8.5	15.5	5.0	1.5	6.0	2.5	2.5	0.0	3.5	17.5	
女性50代	329	66.6	23.7	10.0	14.3	2.7	4.6	4.9	3.0	1.2	1.2	2.4	20.7	
女性60代	457	74.2	23.0	15.3	13.3	5.0	8.1	5.3	7.7	3.9	1.1	2.8	14.4	

【参考】島根県への旅行の満足度はいかがでしたか（第1回調査より）



2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=66

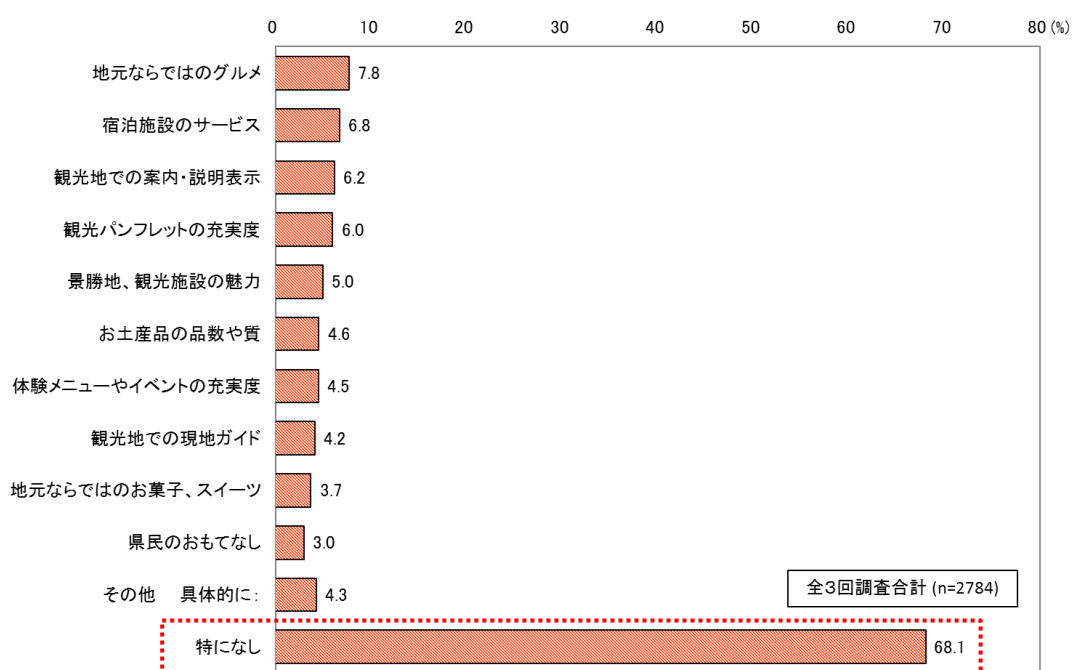
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
街並み	景色／風景	2	3.0%	8	12.1%
	街並みの美しさ／雰囲気	2	3.0%		
	出雲・津和野の佇まい	1	1.5%		
	古い街並みにほっとした	1	1.5%		
	石州瓦の街並み	1	1.5%		
	津和野が好きなので行くだけで満足	1	1.5%		
美術館・博物館	足立美術館の全てが素晴らしかった	2	3.0%	2	3.0%
温泉	温泉	6	9.1%	6	9.1%
神社・仏閣	出雲大社の参拝／雰囲気／荘厳さ	7	10.6%	13	19.7%
	神社仏閣	2	3.0%		
	神迎え祭	1	1.5%		
	お参り	1	1.5%		
	神社巡り	1	1.5%		
	神話	1	1.5%		
自然	豊かな自然／色々な河川／きれいな海	8	12.1%	9	13.6%
	サンセットクルーズで見た夕日	1	1.5%		
交通	一畑電鉄	3	4.5%	8	12.1%
	サンライズ出雲	2	3.0%		
	道が混んでいないところ	1	1.5%		
	SLやまぐち号	1	1.5%		
	運転のしやすさ。意外に車がなくても都市部はバスが使い勝手がよいところ。	1	1.5%		
土地柄・人柄	その土地の雰囲気／癒し	2	3.0%	7	10.6%
	素朴さ	1	1.5%		
	観光客が少なくのんびりしているところがとて面白い	1	1.5%		
	島根に来れたという感慨	1	1.5%		
	歴史の舞台として	1	1.5%		
	のんびりしている	1	1.5%		
その他	40年以上前の子供の頃のことで覚えていない	2	3.0%	13	19.7%
	地元の友人と会えた	2	3.0%		
	パワースポット	1	1.5%		
	仕事のついでに観光したので何とも言えない	1	1.5%		
	島根博の映像イベント	1	1.5%		
	45年前(学生時代)に行き、氷屋さんでキャンディーをごちそうになった。	1	1.5%		
	学生時代なので良く覚えていない	1	1.5%		
	管理された庭園	1	1.5%		
	興味あるところがいっぱい	1	1.5%		
	高松伸の建築作品一連	1	1.5%		
	山口県の帰りに寄った	1	1.5%		
	回答数合計				

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

【設問9】 設問6で「行ったことがある」と答えた方にお伺いします、改善してほしいと感じたところや不満な点はありませんでしたか。（回答はいくつでも）

- ・全3回の調査結果の合計をみると、「特になし」が約7割で島根県への来訪に不満を感じていないことがわかる。
- ・【設問8】の満足度において、「地元ならではのグルメ」、「宿泊施設のサービス」は上位であったが、改善してほしいところや不満な点としても上位に挙がっている。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表（全3回調査結果の平均値）

<セグメント分析>

- ・「地元ならではのグルメ」は、20代女性の不満足度が最も高い。
- ・「宿泊施設のサービス」は20代男性の不満足度が最も高くなっている。
- ・「特になし」と回答している割合は、男性よりも女性の方が高い。

	n=	地元ならではのグルメ	宿泊施設のサービス	観光地での案内・説明表示	観光パンフレットの充実度	景勝地、観光施設の魅力	お土産品の品数や質	体験メニューやイベントの充実度	観光地での現地ガイド	地元ならではののお菓子、スイーツ	県民のおもてなし	その他 具体的に：	特になし	(%)
TOTAL	2,784	7.8	6.8	6.2	6.0	5.0	4.6	4.5	4.2	3.7	3.0	4.3	68.1	
男性20代	140	7.9	10.7	6.4	7.9	6.4	6.4	5.7	3.6	5.0	9.3	4.3	58.6	
男性30代	187	9.1	7.0	6.4	7.5	5.9	4.8	4.3	3.2	4.3	4.8	4.8	61.0	
男性40代	278	10.1	5.4	6.5	5.4	4.3	4.3	3.2	2.9	4.0	2.2	5.0	68.0	
男性50代	376	10.4	7.4	5.9	6.6	6.1	3.7	4.8	3.5	4.0	2.4	2.9	66.8	
男性60代	526	6.5	6.5	8.2	7.6	4.8	4.4	5.1	6.1	3.4	2.9	3.2	66.9	
女性20代	126	14.3	9.5	7.1	6.3	7.9	7.9	5.6	5.6	8.7	5.6	8.7	60.3	
女性30代	165	6.1	7.9	2.4	6.7	5.5	8.5	4.8	2.4	6.1	3.0	9.7	61.2	
女性40代	200	7.0	5.0	6.5	4.0	3.0	6.5	4.5	2.0	3.0	2.5	5.5	73.5	
女性50代	329	5.2	6.7	5.8	5.2	3.3	4.0	4.0	3.6	4.0	1.2	4.0	73.6	
女性60代	457	6.1	5.7	5.3	4.2	5.0	2.4	4.2	5.5	1.1	2.4	2.6	74.8	

2. 調査結果

■ 「その他 具体的に」の自由回答（全3回調査結果の合計）

N=66

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
広告・宣伝	緑茶がとても良い。宣伝してみてもいい！	1	1.5%	5	7.6%
	もっと魅力を際立たせること	1	1.5%		
	県外へのアピール	1	1.5%		
	広告が少ない	1	1.5%		
	神話のアピールをもっと欲しい	1	1.5%		
名物・料理・食材	七珍が不味かった。	1	1.5%	2	3.0%
	おいしい出雲そばを食べたい	1	1.5%		
場所・施設	銀山がイマイチ	1	1.5%	3	4.5%
	宍道湖沿いに出雲から松江にかけてもう少し何か移動だけにならない何かほしい。	1	1.5%		
	コンビニがなかった	1	1.5%		
宿泊	宿泊施設が少ない	2	3.0%	3	4.5%
	ツインの部屋があるホテルが異常に少ない。旅をする上では不便なので解消した方がよい	1	1.5%		
交通	交通の便が悪い	35	53.0%	57	86.4%
	公共交通が不便	15	22.7%		
	東京からのアクセスに時間がかかる。	2	3.0%		
	車がなくてもまわりやすい観光バスがあると嬉しい	1	1.5%		
	石見銀山に行こうとしたが、交通が不便で行けない	1	1.5%		
	だるう運転が多い	1	1.5%		
	降雪時の道路網	1	1.5%		
	駐車場スペース	1	1.5%		
活気・魅力づくり	県および県民に経済・観光などの活性化をやる気が見えない。	2	3.0%	3	4.5%
	行った後ではなく行きたいと思うきっかけづくり	1	1.5%		
マナー・態度	出雲大社にて、正装入場なのに、女性や子供、老人等一部の人が私服で待っていたので、差別的対応で残念	1	1.5%	6	9.1%
	石見銀山の駐車場案内	1	1.5%		
	接客の人(売店など)みな不愛想で感じが悪かった	1	1.5%		
	お店の人の接客態度	1	1.5%		
	どこでもあることだけど、観光客慣れた銘菓若草売ってる本店の人が感じ悪かった	1	1.5%		
	地元の方は親切だった	1	1.5%		
その他	原発は早く廃炉にしてほしい。	1	1.5%	12	18.2%
	公衆トイレが和式が多くて他の施設と比べると遅れていると思った。	1	1.5%		
	昔なので覚えていない	1	1.5%		
	低料金または無料の野営施設	1	1.5%		
	トイレの整備	1	1.5%		
	方言がキツク分かり難かった	1	1.5%		
	かなり昔なので、覚えていない	1	1.5%		
	もっとたくさん見て回りたい	1	1.5%		
	一人旅は高くつく	1	1.5%		
	行った当時は不満は記憶なし	1	1.5%		
	修学旅行だったので仕方が無い	1	1.5%		
都会にない静かさや穏やかさを保ってほしい	1	1.5%			
回答数合計				91	-

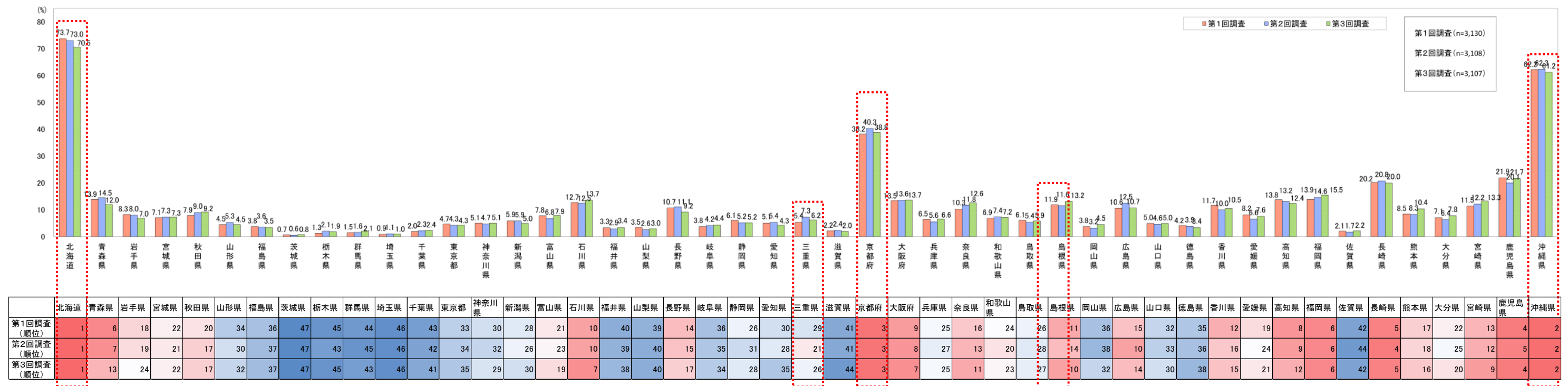
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

5. 島根県への観光意欲

【設問10】行ってみたい都道府県を上位5位までお答えください。(回答は5つ)

- ・全国で見ると、1位「北海道」、2位「沖縄県」、3位「京都府」の3府県が群を抜いて高く、そのほか四国や九州は比較的人気が高い。
- ・「島根県」は全3回調査のうち第3回が最も高い割合（13.2%）となり、中国・四国地方で1位の人気となっている。全国では第10位。
- ・出雲大社と同じく、式年遷宮の年であった伊勢神宮がある「三重県」について、第1回～第3回の順位の変動をみると29位⇒21位⇒26位となっており、島根県の順位の変動（11位⇒14位⇒10位）のほうが上位となっている。

■全国グラフと順位の変動（濃い赤ほど上位、濃い青ほど下位）



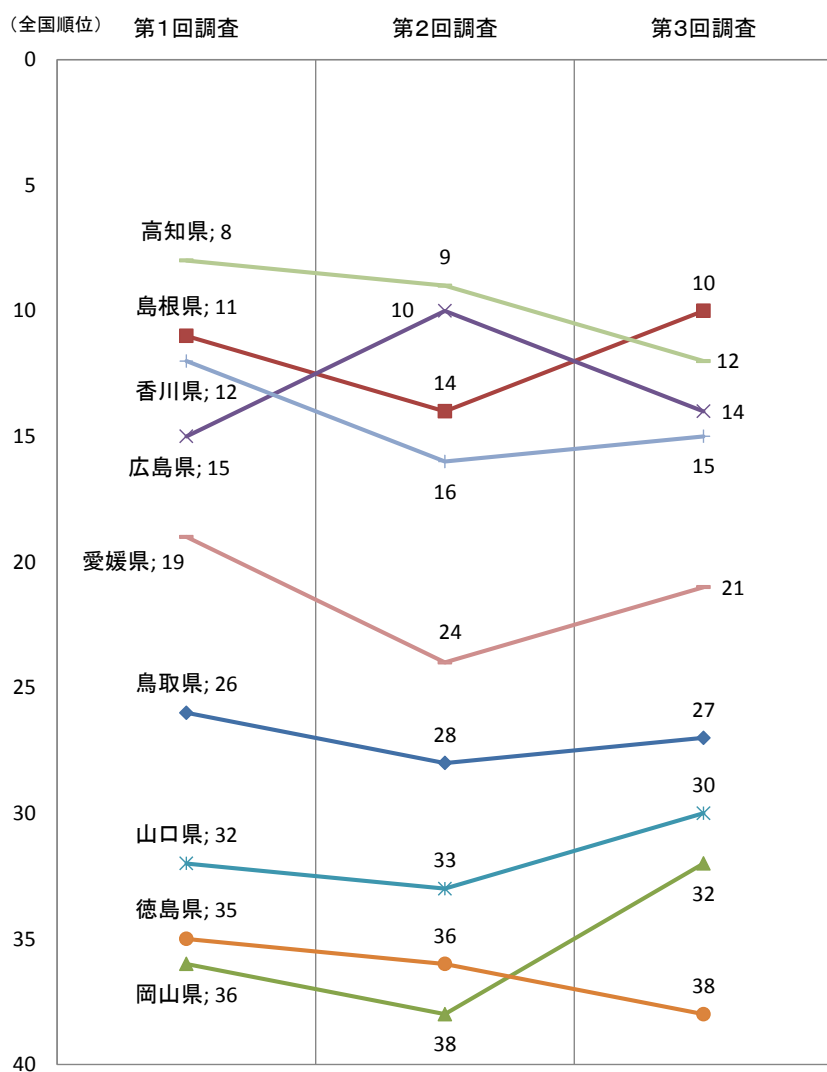
■第1回～第3回調査における上位10位の変動

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位	第8位	第9位	第10位	島根県
第1回調査 (n=3130)	北海道 73.7%	沖縄県 62.2%	京都府 38.2%	鹿児島県 21.9%	長崎県 20.2%	青森県 13.9%	福岡県 13.9%	高知県 13.8%	大阪府 13.5%	石川県 12.7%	第11位 11.9%
第2回調査 (n=3108)	北海道 73.0%	沖縄県 62.3%	京都府 40.3%	長崎県 20.8%	鹿児島県 20.1%	福岡県 14.6%	青森県 14.5%	大阪府 13.6%	高知県 13.2%	石川県 12.5%	第14位 11.6%
第3回調査 (n=3107)	北海道 70.5%	沖縄県 61.2%	京都府 38.8%	鹿児島県 21.7%	長崎県 20.0%	福岡県 15.5%	石川県 13.7%	大阪府 13.7%	宮崎県 13.3%	島根県 13.2%	第10位 13.2%

2. 調査結果

■ 中国・四国地方での比較（全3回）

	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県	徳島県	香川県	愛媛県	高知県
第1回調査(n=3130)	6.1%	11.9%	3.8%	10.6%	5.0%	4.2%	11.7%	8.2%	13.8%
全国順位	26	11	36	15	32	35	12	19	8
中国・四国地方内順位	6	2	9	4	7	8	3	5	1
第2回調査(n=3108)	5.4%	11.6%	3.2%	12.5%	4.6%	3.9%	10%	6.6%	13.2%
全国順位	28	14	38	10	33	36	16	24	9
中国・四国地方内順位	6	3	9	2	7	8	4	5	1
第3回調査(n=3107)	5.9%	13.2%	4.5%	10.7%	5.0%	3.4%	10.5%	7.6%	12.4%
全国順位	27	10	32	14	30	38	15	21	12
中国・四国地方内順位	6	1	8	3	7	9	4	5	2



2. 調査結果

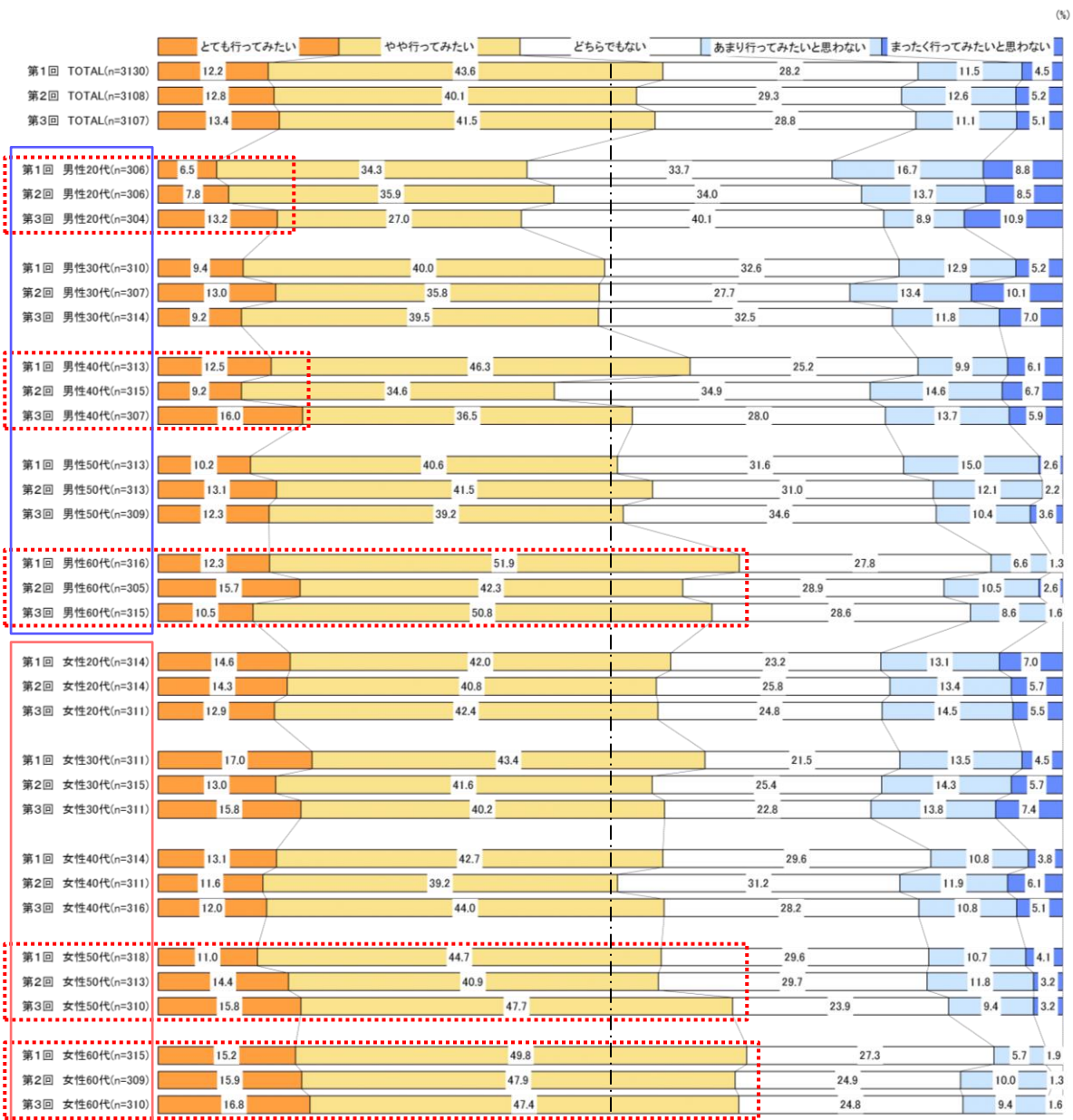
【設問 1 1】あなたは、今後、島根県へ旅行に行ってみたいと思いますか。

(回答は1つ)

- ・全体では、「とても行ってみたい」、「やや行ってみたい」と回答した人は全体の約半数を占めている。

<セグメント分析>

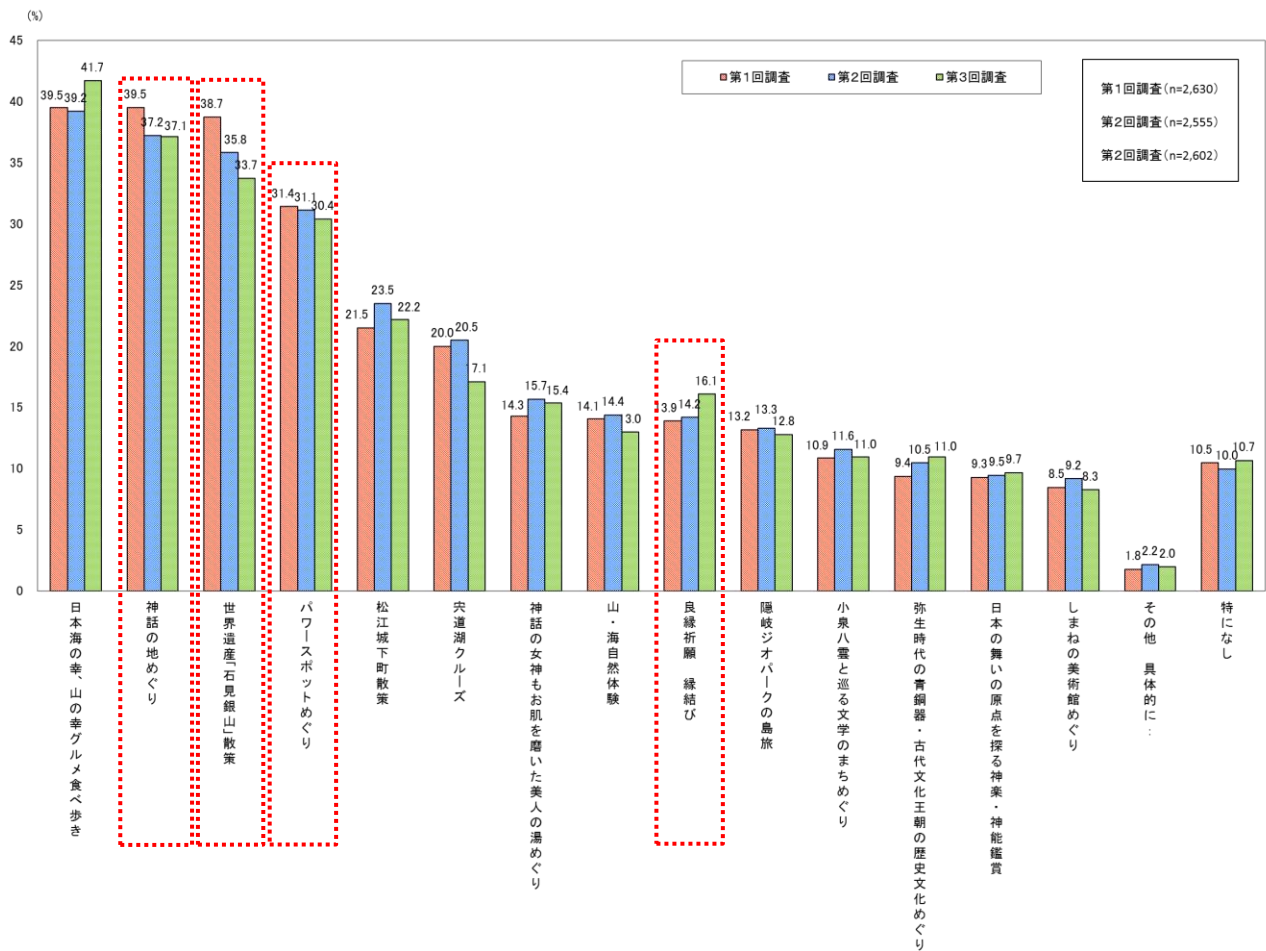
- ・性別×年代セグメント別で見ると、男性 60 代と女性 50～60 代の「とても行ってみたい」と「やや行ってみたい」の割合が高くなっている。
- ・全 3 回の調査結果を比較すると、男性 20 代と 40 代、女性 50～60 代では「とても行ってみたい」の割合が増加傾向にある。



2. 調査結果

【設問12】設問11で「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた方にお伺いします、もしあなたが島根県に旅行する場合、あなたにとって魅力的と思われる旅行テーマをお答えください。（回答はいくつでも）

- ・全体では、「日本海・山の幸グルメ食べ歩き」、「神話の地めぐり」、「石見銀山散策」、「パワースポットめぐり」が上位となっている。
- ・全3回の調査結果を比較すると、「日本海・山の幸グルメ食べ歩き」と「良縁祈願・縁結び」が増加傾向にあるが、「石見銀山散策」、「神話の地めぐり」、「パワースポットめぐり」は減少傾向にある。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表（全3回調査結果）

<セグメント分析>

- ・20～40代女性は「パワースポットめぐり」の割合が最も高く、次いで「良縁祈願・縁結び」の割合が高い。
- ・50～60代男女は「日本海・山の幸グルメ食べ歩き」や「神話の地めぐり」、「石見銀山散策」、「松江城下町散策」、「宍道湖クルーズ」等に魅力を感じており、特に50代男性は「神話の地めぐり」の割合が最も高い。
- ・「山・海自然体験」は20代男女からの人気度が高い。
- ・全体の割合は高くないが、「隠岐ジオパークの島旅」、「小泉八雲と巡る文学のまちめぐり」、「弥生時代の青銅器・古代文化王朝の歴史文化めぐり」、「神楽・神能鑑賞」、「美術館めぐり」は、文学や芸術、歴史や伝統文化といった知的好奇心を満足させる分野であり、こうした分野は60代男女からの人気度が高くなっている。

	n=	食べ歩き	日本海の幸、山の幸グルメ	神話の地めぐり	世界遺産「石見銀山」散策	パワースポットめぐり	松江城下町散策	宍道湖クルーズ	美人の湯めぐり	神話の女神もお肌を磨いた	山・海自然体験	良縁祈願 縁結び	隠岐ジオパークの島旅	めぐり	小泉八雲と巡る文学のまち	弥生時代の青銅器・古代文化王朝の歴史文化めぐり	楽・神能鑑賞	日本の舞いの原点を探る神	しまねの美術館めぐり	その他 具体的に：	特になし	(%)	
TOTAL(第1回)	2,630	39.5	39.5	38.7	31.4	21.5	20.0	14.3	14.1	13.9	13.2	10.9	9.4	9.3	8.5	8.5	1.8	1.8	10.5				
TOTAL(第2回)	2,555	39.2	37.2	35.8	31.1	23.5	20.5	15.7	14.4	14.2	13.3	11.6	10.5	9.5	9.2	2.2	2.2	10.0					
TOTAL(第3回)	2,602	41.7	37.1	33.7	30.4	22.2	17.1	15.4	13.0	16.1	12.8	11.0	11.0	9.7	8.3	2.0	10.7						
男性20代	第1回	228	23.7	35.1	35.1	25.9	12.3	12.7	6.6	21.1	18.4	11.0	3.1	7.0	8.3	3.1	2.2	21.9					
	第2回	238	29.4	31.1	26.1	22.3	14.3	8.8	5.9	19.3	16.0	8.0	8.8	7.1	4.6	5.5	1.3	23.5					
	第3回	244	27.9	29.5	20.1	23.0	9.8	7.4	5.7	16.0	20.9	6.1	5.3	7.8	4.9	4.5	0.4	24.6					
男性30代	第1回	254	33.1	39.0	36.6	26.8	16.1	15.0	7.1	16.5	16.9	11.0	5.5	9.8	7.1	3.9	2.0	19.3					
	第2回	235	30.6	38.7	35.7	27.2	23.0	17.4	6.4	15.7	16.6	13.2	5.5	11.5	8.1	3.8	3.0	15.7					
	第3回	255	39.2	34.9	33.7	25.9	17.6	12.5	7.8	14.5	23.5	11.8	9.4	11.4	7.5	2.0	3.1	15.7					
男性40代	第1回	263	41.8	39.9	37.3	30.0	17.9	22.1	9.9	13.3	10.6	16.3	8.0	8.7	6.5	4.6	1.1	10.3					
	第2回	248	37.5	34.3	30.2	24.2	17.3	20.2	6.5	14.5	8.9	11.3	8.1	8.5	7.7	2.8	3.2	13.3					
	第3回	247	35.6	34.8	35.2	27.1	15.8	17.8	6.5	13.8	11.3	13.4	6.5	10.5	4.0	3.2	4.0	15.4					
男性50代	第1回	258	35.3	44.6	43.8	18.2	19.0	21.3	8.9	9.7	4.7	12.8	8.9	7.8	6.6	7.0	2.3	11.2					
	第2回	268	39.2	46.6	41.8	24.3	26.9	29.1	8.6	13.8	5.6	14.9	14.6	13.8	7.8	6.0	2.6	7.8					
	第3回	266	38.3	44.4	32.7	20.7	18.8	21.8	7.9	10.2	7.9	16.2	7.1	16.2	7.9	5.6	1.1	12.4					
男性60代	第1回	291	46.7	41.9	48.8	13.7	30.6	27.5	7.9	11.7	4.1	20.6	13.4	12.7	10.0	9.6	2.1	7.6					
	第2回	265	46.0	38.5	44.5	10.2	34.7	26.0	8.7	9.1	4.2	19.2	17.4	13.2	7.5	10.9	2.6	7.9					
	第3回	283	50.5	36.7	38.5	14.8	33.9	22.6	9.2	12.4	2.8	16.6	11.3	14.8	7.1	13.1	1.4	9.2					
女性20代	第1回	251	35.5	35.9	27.1	47.4	12.7	13.5	28.3	21.9	36.7	8.4	8.8	8.8	10.8	12.0	2.0	8.0					
	第2回	254	37.8	31.5	30.3	50.0	14.6	15.4	30.3	20.1	42.1	8.7	6.7	8.3	12.6	9.1	1.2	5.9					
	第3回	249	37.3	31.7	30.1	43.0	16.9	8.4	28.9	18.5	41.8	8.8	10.8	11.6	13.7	10.4	1.6	6.8					
女性30代	第1回	255	41.2	37.6	34.9	45.5	19.6	16.5	21.2	14.9	24.3	9.8	9.0	7.5	6.7	3.5	0.8	7.5					
	第2回	252	37.3	35.7	32.5	50.8	18.7	17.9	30.6	15.1	23.0	12.3	7.9	10.7	9.9	6.3	1.6	7.9					
	第3回	245	47.8	36.7	29.8	49.4	16.3	13.5	28.6	14.7	25.7	9.0	9.0	4.9	11.8	5.7	4.1	5.7					
女性40代	第1回	268	43.7	39.9	37.7	48.1	18.7	19.4	17.5	12.3	12.7	9.7	11.6	10.1	11.2	7.8	2.6	8.2					
	第2回	255	42.4	40.4	38.4	44.3	20.8	23.5	20.8	13.3	14.5	10.6	12.2	14.1	12.2	10.6	2.7	6.7					
	第3回	266	45.9	35.7	36.8	44.4	19.9	18.0	21.1	12.0	14.3	12.0	12.4	10.9	12.4	8.6	1.1	7.5					
女性50代	第1回	271	39.9	42.1	35.4	36.5	29.2	23.2	19.2	10.7	8.9	11.8	14.4	7.4	10.0	11.1	1.5	8.1					
	第2回	266	41.0	36.1	35.7	36.5	24.8	20.7	18.8	11.7	6.4	14.7	14.7	9.0	9.8	13.9	2.3	7.9					
	第3回	271	45.4	43.9	37.6	36.9	30.6	21.8	21.8	10.0	8.5	17.3	12.2	9.2	11.4	10.7	1.5	4.1					
女性60代	第1回	291	49.8	37.8	47.4	23.7	34.7	25.4	15.8	10.7	5.5	18.9	23.0	13.4	14.8	20.3	1.4	5.5					
	第2回	274	48.5	38.0	40.5	22.3	37.6	24.5	19.3	12.0	7.3	19.0	18.2	8.4	13.9	21.2	1.1	5.1					
	第3回	276	46.4	40.9	39.9	21.0	38.4	25.0	16.7	8.7	8.7	14.9	23.9	12.0	15.6	17.4	1.8	7.2					

2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=47

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	鷹の爪団と行く島根巡り	2	4.3%	2	4.3%
	津和野散策	5	10.6%		
街並み・散策	町並みや生活に触れたい	3	6.4%	10	21.3%
	愛犬と散歩	1	2.1%		
	今後変わってしまいそうな普通の町並み	1	2.1%		
	漫画砂時計をテーマにしたツアー	2	4.3%		
ロケ地・作品の舞台	亀嵩	1	2.1%	3	6.4%
	足立美術館	2	4.3%		
美術館・博物館	植田正治美術館	1	2.1%	3	6.4%
	鳥取県関連	1	2.1%		
神社・仏閣	出雲大社	6	12.8%	7	14.9%
	我が家の菩提寺参拝	1	2.1%		
神話・歴史	竹島	1	2.1%	1	2.1%
神話・歴史／ 名物・料理・食材	神話+歴史+食	1	2.1%	1	2.1%
	食べ物／特産品	1	2.1%		
名物・料理・食材	島根の地酒めぐり	1	2.1%	2	4.3%
	郷土・文化	たたら、そろばん、トロッコ	1		
温泉	温泉めぐり	1	2.1%	2	4.3%
	玉造温泉	1	2.1%		
交通	鉄道めぐり(一畑電車／山陰本線)	5	10.6%	5	10.6%
自然	宍道湖・中海付近のバードウォッチング	1	2.1%	2	4.3%
	釣り	1	2.1%		
わからない	わからない	1	2.1%	1	2.1%
その他	窯元めぐり	2	4.3%	7	14.9%
	帰省	1	2.1%		
	県庁	1	2.1%		
	高松伸建築めぐり	1	2.1%		
	出雲	1	2.1%		
	出雲駅伝	1	2.1%		
	回答数合計				

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

■第2回「その他 具体的に」の自由回答

N=54

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	鷹の爪団と行く島根巡り	2	3.7%	2	3.7%
	町並みや生活に触れたい	1	1.9%		
街並み・散策	津和野散策	1	1.9%	2	3.7%
	ホシザキミュージアム	1	1.9%		
美術館・博物館	足立美術館	1	1.9%	2	3.7%
	鳥取県関連	1	1.9%		
ロケ地・作品の舞台	亀嵩駅	1	1.9%	2	3.7%
	漫画砂時計をテーマにしたツアー	1	1.9%		
神社・仏閣	出雲大社／遷宮	9	16.7%	10	18.5%
	投げ入れ堂	1	1.9%		
神話・歴史	竹島	3	5.6%	4	7.4%
	戦国時代、城	1	1.9%		
神話・歴史／ 名物・料理・食材	歴史と食をつなげたツアー	2	3.7%	2	3.7%
	和菓子食べ歩き	3	5.6%		
名物・料理・食材	食べ物／特産品	2	3.7%	9	16.7%
	そば店巡り	1	1.9%		
	ワイナリー	1	1.9%		
	松江の茶道文化の旅	1	1.9%		
	島根の地酒めぐり	1	1.9%		
	釣り	2	3.7%		
温泉	温泉めぐり	2	3.7%	2	3.7%
交通	鉄道めぐり(一畑電車／山陰本線)	4	7.4%	8	14.8%
	サンライズ出雲	2	3.7%		
	サンライズ出雲乗車と河川めぐりと昆虫採集	1	1.9%		
	夜行列車	1	1.9%		
その他	出雲駅伝	1	1.9%	6	11.1%
	Mランドに遊びに行きたい	1	1.9%		
	以前行った場所への再訪	1	1.9%		
	開星高校	1	1.9%		
	建築巡り	1	1.9%		
	実家がある	1	1.9%		
無回答	無回答	2	3.7%	2	3.7%
回答数合計				54	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

■第3回「その他 具体的に」の自由回答

N=51

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	アニメの聖地巡礼	1	2.0%	2	3.9%
	しまねっこに会いたい	1	2.0%		
街並み・散策	津和野散策	5	9.8%	5	9.8%
美術館・博物館	安野光雅美術館、カトリック教会	1	2.0%	2	3.9%
	足立美術館	1	2.0%		
ロケ地・作品の舞台	漫画砂時計をテーマにしたツアー	2	3.9%	2	3.9%
神社・仏閣	出雲大社	7	13.7%	7	13.7%
神話・歴史	竹島	1	2.0%	2	3.9%
	尼子氏ゆかりの地を訪れたい	1	2.0%		
名物・料理・食材	島根の地酒めぐり	2	3.9%	4	7.8%
	ラーメン	1	2.0%		
	植物ミネラルの入った品や食べ物	1	2.0%		
自然	日御碕灯台からの夕陽をみたい	2	3.9%	4	7.8%
	釣り	1	2.0%		
	海岸線のドライブ	1	2.0%		
生き物・動物	島根海洋館アクアス	1	2.0%	2	3.9%
	フォーゲルパーク	1	2.0%		
温泉	温泉めぐり	5	9.8%	5	9.8%
交通	サンライズ出雲	5	9.8%	11	21.6%
	鉄道めぐり(一畑電車/山陰本線)	5	9.8%		
	SLやまぐち号	1	2.0%		
その他	松江に友がいる。観光案内してもらえます。	1	2.0%	6	11.8%
	全部	1	2.0%		
	祖母の墓参り	1	2.0%		
	対馬	1	2.0%		
	庭園見学	1	2.0%		
	島根の花という懐中汁粉があったのだから	1	2.0%		
回答数合計				52	-

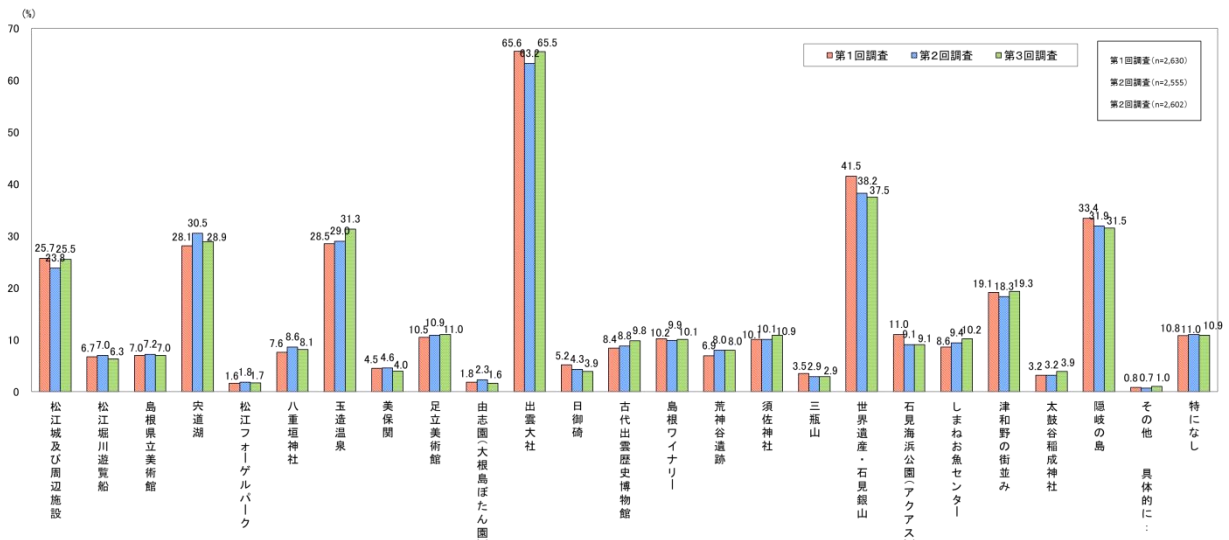
回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

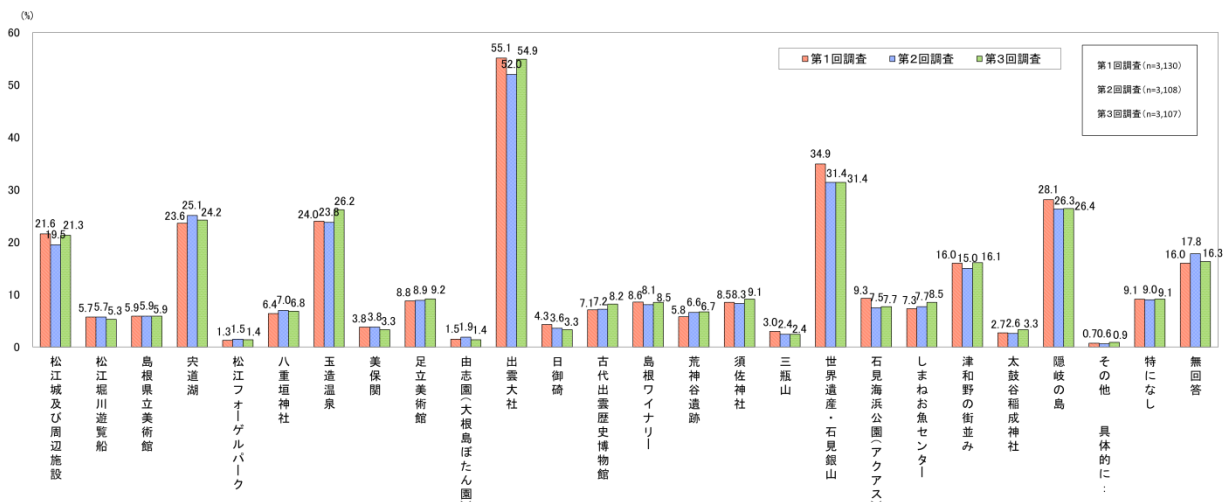
【設問13】設問11で「とても行ってみたい」「やや行ってみたい」「どちらでもない」と答えた方にお伺いします、島根県のどこへ行ってみたいと思いますか。
(回答はいくつでも)

- ・「出雲大社」が最も高く、「世界遺産・石見銀山」、「隠岐の島」、「玉造温泉」、「宍道湖」が上位となっている。
- ・人気のある観光地が県東部に集中しており、県西部の観光地への来訪意向が低くなっている。
- ・全3回の調査結果を比較すると、上位である「世界遺産・石見銀山」と「隠岐の島」は減少傾向にある。

(分母を「行ったことがある」と答えた人数で見た場合)



(分母を総数で見た場合)



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・「アクアス」や「島根ワイナリー」の割合が20~40代女性で高くなっており、「八重垣神社」は20代女性からの人気が高い。
- ・「足立美術館」や「石見银山」、「隠岐の島」は60代男女からの人気が高い。
- ・「穴道湖」は60代男性の人気が高い。

		n=																				(%)					
		松江城及び周辺施設	松江堀川遊覧船	島根県立美術館	穴道湖	松江フオーゲルパーク	八重垣神社	玉造温泉	美保関	足立美術館	由志園（大相島ぼたん園）	出雲大社	日御碕	古代出雲歴史博物館	島根ワイナリー	荒神谷遺跡	須佐神社	三瓶山	世界遺産・石見银山	石見海浜公園（アクアス）	しまねお魚センター	津和野の街並み	太鼓谷稲成神社	隠岐の島	その他 具体的に：	特になし	
TOTAL (第1回)		2,630	25.7	6.7	7.0	28.1	1.6	7.6	28.5	4.5	10.5	1.8	65.6	5.2	8.4	10.2	6.9	10.1	3.5	41.5	11.0	8.6	19.1	3.2	33.4	0.8	10.8
TOTAL (第2回)		2,555	23.8	7.0	7.2	30.5	1.8	8.6	29.0	4.6	10.9	2.3	63.2	4.3	8.8	9.9	8.0	10.1	2.9	38.2	9.1	9.4	18.3	3.2	31.9	0.7	11.0
TOTAL (第3回)		2,602	25.5	6.3	7.0	28.9	1.7	8.1	31.3	4.0	11.0	1.6	65.5	3.9	9.8	10.1	8.0	10.9	2.9	37.5	9.1	10.2	19.3	3.9	31.5	1.0	10.9
男性20代	第1回	228	18.4	3.9	7.0	16.7	3.9	5.7	15.4	3.1	2.2	2.2	51.3	6.6	6.6	10.5	5.7	6.1	3.1	37.3	9.2	7.9	4.8	2.2	18.4	1.3	24.6
	第2回	238	18.9	4.2	6.3	14.7	2.1	7.6	15.5	3.4	3.4	0.4	57.1	1.3	8.0	7.6	6.7	10.5	2.5	31.5	7.6	5.5	2.9	2.5	23.5	0.4	26.1
	第3回	244	16.0	3.7	4.5	13.1	1.2	3.7	13.5	2.0	2.5	1.2	55.7	1.6	7.8	6.6	6.1	7.0	1.6	25.0	4.9	8.6	2.9	2.0	18.4	0.8	27.9
男性30代	第1回	254	24.8	6.3	5.1	21.7	2.8	9.1	19.7	4.3	5.1	1.6	57.9	5.5	10.6	10.2	11.4	9.1	3.5	39.0	11.4	9.4	10.2	5.1	28.7	0.8	18.5
	第2回	235	24.3	5.5	6.4	27.2	3.8	8.9	17.0	6.4	4.7	3.4	58.3	5.1	8.9	8.9	10.6	12.3	5.5	38.3	9.4	9.4	8.1	4.3	26.8	1.7	18.3
	第3回	255	26.3	7.5	4.7	29.4	2.7	8.6	22.4	5.1	3.5	2.0	60.8	3.9	7.1	8.2	7.5	9.4	2.7	35.3	10.2	11.8	7.8	4.7	27.5	1.6	17.3
男性40代	第1回	263	25.9	7.2	2.3	29.3	1.1	3.8	24.7	4.9	5.3	1.9	63.5	7.6	7.6	8.4	4.6	8.4	4.9	44.5	5.7	10.6	15.2	3.0	30.4	1.1	9.9
	第2回	248	23.0	8.1	5.6	32.3	2.4	4.0	25.8	4.4	6.0	1.2	55.6	3.2	4.8	8.5	4.4	5.2	2.0	31.5	8.9	11.3	11.7	2.0	30.6	0.8	14.5
	第3回	247	25.9	4.0	2.4	30.8	1.6	4.9	22.3	3.6	4.9	0.0	62.8	1.6	8.1	9.3	4.0	8.9	4.9	38.5	8.1	12.1	13.4	2.8	29.1	1.2	13.4
男性50代	第1回	258	22.9	3.5	6.6	31.4	1.2	4.7	30.6	3.9	8.1	0.4	62.8	4.3	8.1	10.9	7.0	9.7	3.1	45.0	8.1	9.3	19.8	1.6	32.9	1.2	8.9
	第2回	268	26.1	7.1	3.7	42.9	1.1	8.2	33.6	7.8	7.1	1.1	68.3	6.7	11.9	11.9	7.5	13.4	5.6	41.8	6.0	13.4	18.7	3.0	35.8	1.5	5.2
	第3回	266	24.8	4.9	6.8	37.2	0.8	6.0	30.1	3.4	6.4	0.0	68.0	3.4	11.3	8.3	9.8	13.5	3.0	36.1	9.0	8.6	19.5	2.3	35.0	0.4	9.8
男性60代	第1回	291	35.4	6.2	8.6	49.5	0.7	6.2	33.7	10.0	18.6	1.0	64.6	8.2	9.6	5.5	7.9	13.7	6.2	48.5	6.5	8.2	35.4	4.1	50.2	0.3	7.6
	第2回	265	34.3	6.4	8.3	44.2	0.8	7.2	39.2	10.9	20.4	2.3	59.2	8.3	14.0	4.9	9.1	8.7	4.9	46.0	3.8	6.0	35.5	1.9	46.4	0.0	7.2
	第3回	283	32.9	7.4	9.5	36.0	1.8	5.7	42.0	6.0	19.4	1.1	58.3	5.3	13.1	7.1	9.9	9.9	3.5	41.3	3.5	10.6	30.4	2.5	40.6	1.1	8.1
女性20代	第1回	251	16.7	4.8	8.0	14.7	2.0	11.2	22.3	2.8	5.6	2.4	73.7	1.2	4.8	12.4	4.4	9.6	2.4	35.1	15.1	8.8	5.6	3.6	24.3	1.6	12.7
	第2回	254	20.5	7.9	7.9	15.7	3.1	11.8	23.6	2.4	8.7	4.7	67.7	2.0	7.9	11.4	13.0	11.8	2.4	37.0	15.4	8.7	6.3	5.1	21.3	1.2	11.4
	第3回	249	26.1	5.6	9.2	13.7	3.2	14.5	27.7	3.6	9.2	2.8	71.5	2.8	10.0	10.4	9.2	10.0	2.8	37.3	14.5	7.6	6.8	6.8	20.1	1.2	11.6
女性30代	第1回	255	27.1	9.8	3.1	16.5	2.0	9.8	26.3	2.4	6.3	0.8	69.0	1.6	7.1	13.7	7.5	12.9	2.4	41.6	17.6	8.6	6.7	2.7	30.6	1.2	11.4
	第2回	252	19.0	9.1	4.4	22.2	1.6	9.9	26.6	1.2	2.8	2.0	68.7	2.8	5.6	12.7	8.3	10.7	1.6	37.7	12.7	10.7	9.9	3.2	28.2	0.4	11.9
	第3回	245	22.9	7.8	6.1	21.2	0.8	7.8	30.6	2.0	10.6	1.2	77.1	2.0	8.8	12.7	5.7	9.4	0.4	35.5	11.0	10.6	12.2	4.5	29.4	0.8	6.9
女性40代	第1回	268	23.5	9.3	7.5	26.1	2.2	7.8	29.5	4.1	8.2	2.2	75.4	3.7	8.6	13.1	6.3	11.6	2.6	44.0	16.8	8.2	14.9	4.5	28.4	0.4	8.2
	第2回	255	21.6	6.7	7.1	32.2	2.7	9.4	27.1	2.7	8.2	2.7	67.5	3.1	9.0	14.9	6.7	9.0	1.2	39.2	11.4	7.8	16.9	4.3	25.1	1.2	8.2
	第3回	266	24.1	4.9	5.6	29.7	1.1	6.8	32.0	2.6	6.4	1.1	68.8	3.0	8.3	13.5	7.1	12.4	0.8	41.4	15.4	9.4	19.5	3.4	31.2	0.8	7.5
女性50代	第1回	271	29.2	8.5	7.4	34.7	0.7	9.2	37.6	4.4	13.7	3.3	71.2	5.9	8.5	11.8	6.6	10.0	2.6	35.1	11.8	7.4	27.7	3.0	33.6	0.4	5.9
	第2回	266	20.7	4.5	9.0	33.8	0.0	7.5	39.1	2.3	16.2	1.1	62.8	3.8	8.3	8.3	6.8	10.2	1.5	34.6	8.3	10.2	30.1	2.3	32.0	0.4	6.8
	第3回	271	22.9	6.3	7.7	31.4	1.8	10.7	43.5	4.4	16.2	1.8	73.8	5.2	10.7	13.3	8.9	14.8	3.0	43.5	8.9	12.2	33.2	4.8	34.3	1.8	3.7
女性60代	第1回	291	30.2	7.2	13.4	34.4	0.0	8.2	40.9	4.1	27.1	2.1	64.9	6.5	11.7	6.9	7.2	9.3	4.1	43.3	8.6	7.9	43.0	2.1	50.2	0.3	4.1
	第2回	274	28.1	9.9	12.4	36.9	1.1	10.9	38.7	4.4	28.5	4.4	66.1	6.6	9.1	9.9	6.9	9.1	1.8	43.1	8.4	10.6	38.0	3.6	46.7	0.0	2.9
	第3回	276	31.5	10.9	12.7	42.4	2.2	12.7	44.6	6.5	27.9	4.7	59.1	9.4	11.6	12.0	11.2	13.0	5.8	39.9	6.5	10.1	41.3	5.4	45.7	0.7	4.7

2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=22

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	2	9.1%	2	9.1%
街並み・散策	古い町並みの在りそうな所	1	4.5%	2	9.1%
	津和野	1	4.5%		
ロケ地・作品の舞台	仁摩サンドミュージアム	5	22.7%	6	27.3%
	亀嵩駅	1	4.5%		
鳥取県関連	水木しげるロード	1	4.5%	2	9.1%
	大山	1	4.5%		
神社・仏閣	我が家の菩提寺参拝	1	4.5%	1	4.5%
神話・歴史	竹島	2	9.1%	2	9.1%
名物・料理・食材	牡蠣食べ放題の店	1	4.5%	1	4.5%
郷土・文化	神楽の練習場	1	4.5%	1	4.5%
交通	山陰本線	2	9.1%	4	18.2%
	旧大社駅	1	4.5%		
	一畑電車	1	4.5%		
わからない	行ったことがないのでわからない	1	4.5%	1	4.5%
その他	県庁	1	4.5%	2	9.1%
	出西窯	1	4.5%		
回答数合計				24	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

■第2回「その他 具体的に」の自由回答

N=19

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
美術館・博物館	ホシザキミュージアム	1	5.3%	1	5.3%
ロケ地・作品の舞台	仁摩サンドミュージアム	1	5.3%	2	10.5%
	亀嵩駅	1	5.3%		
鳥取県関連	水木しげるロード	2	10.5%	2	10.5%
神社・仏閣	神魂神社	1	5.3%	1	5.3%
神話・歴史	竹島	3	15.8%	4	21.1%
	城、城跡	1	5.3%		
名物・料理・食材	奥出雲ワイナリー	1	5.3%	1	5.3%
自然	中国山地	1	5.3%	1	5.3%
交通	一畑電車	1	5.3%	2	10.5%
	出雲電鉄	1	5.3%		
わからない	土地勘が全くないからわかりません	1	5.3%	1	5.3%
その他	友達のところ	1	5.3%	4	21.1%
	Mランド	1	5.3%		
	開星高校	1	5.3%		
	住宅街	1	5.3%		
回答数合計				19	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

■第3回「その他 具体的に」の自由回答

N=25

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	小泉八雲記念館	1	4.0%	2	8.0%
	竹内まりやの実家＝旅館	1	4.0%		
ロケ地・作品の舞台	仁摩サンドミュージアム	3	12.0%	4	16.0%
	アニメに出たところ	1	4.0%		
美術館・博物館	安野光雅美術館／カトリック教会	1	4.0%	1	4.0%
神社・仏閣	熊野大社など八雲町はすばらしい	1	4.0%	1	4.0%
神話・歴史	竹島	4	16.0%	6	24.0%
	月山富田城跡	2	8.0%		
名物・料理・食材	空海(ラーメン)	1	4.0%	3	12.0%
	特産物を扱う飲食店	1	4.0%		
	酒蔵	1	4.0%		
温泉	温泉めぐり	1	4.0%	1	4.0%
自然	海岸線／海水浴	1	4.0%	3	12.0%
	青海島	1	4.0%		
	釣り	1	4.0%		
わからない	わからない	1	4.0%	1	4.0%
その他	安来日立製鋼	1	4.0%	3	12.0%
	松江の友人は自宅に温泉引いてます。行きたい。	1	4.0%		
	灯台	1	4.0%		
回答数合計				25	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

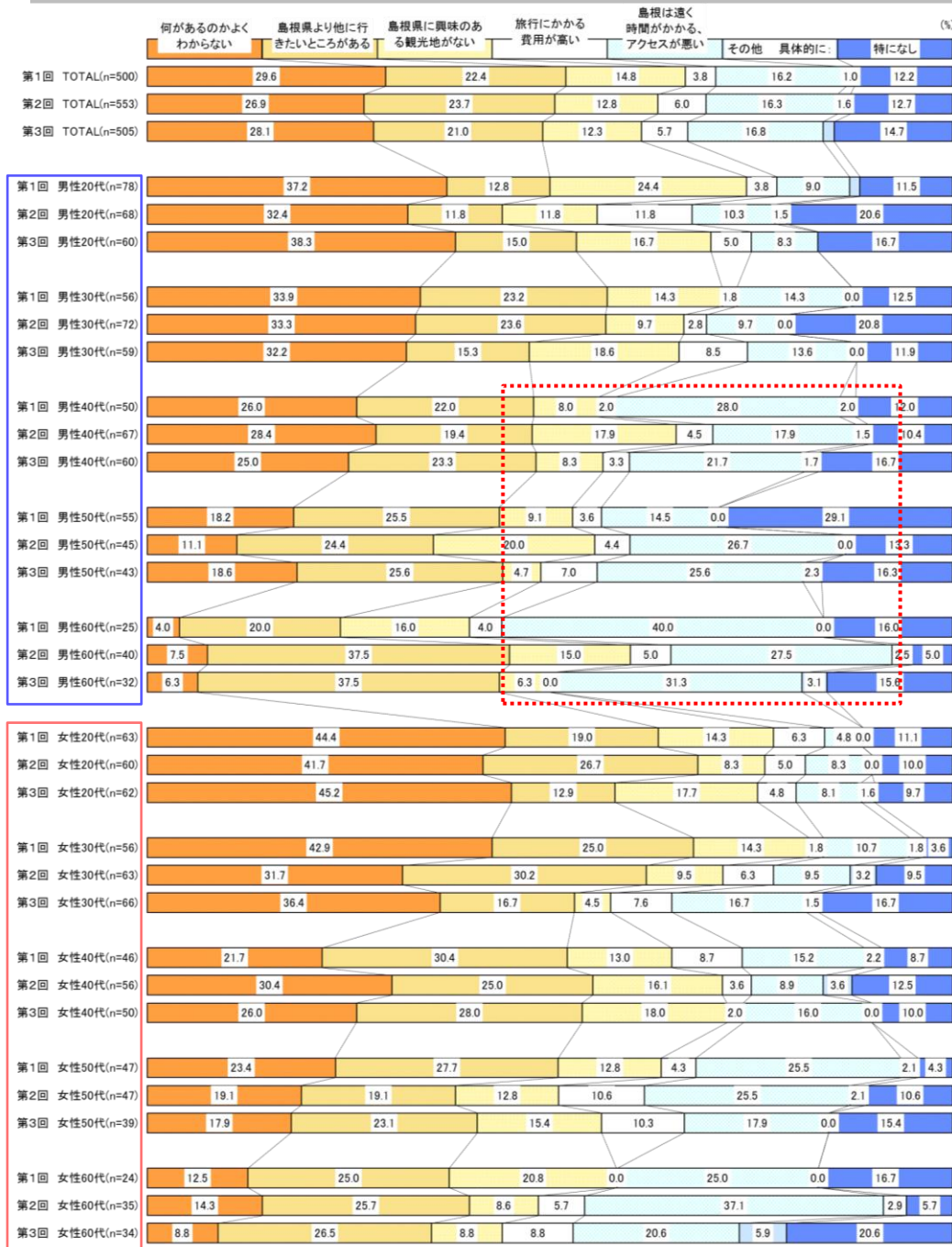
2. 調査結果

【設問 1 4】設問 11 で「あまり行ってみたいと思わない」もしくは「まったく行ってみたいと思わない」と答えた方にお伺いします。「あまり行ってみたいと思わない」もしくは「まったく行ってみたいと思わない」と回答した理由についてお答えください。(回答は1つ)

- 全体では、「何があるのかよくわからない」が最も多く、次いで「他に行きたいところがある」、「アクセスが悪い」となっている。

<セグメント分析>

- 若い世代ほど「何があるのかよくわからない」の割合が高いが、年齢層が高くなるにつれてその割合が減少している。
- 40~60代男性では、「アクセスが悪い」と回答した人の割合が高くなっている



2. 調査結果

■ 「行きたくない理由：その他」の自由回答（全3回調査結果の合計）

N=21

項目	件数	割合(%)
旅行自体が好きではない／暇がない	7	33.3
何度か訪れたことがあるため	4	19.0
魅力がない／興味がない	3	14.3
原始人に食べられる	1	4.8
前回の旅行であまりよい気分がしなかった	1	4.8
排他的	1	4.8
人の住むところではない	1	4.8
国内はどこに行っても同じようなもの	1	4.8
設問の選択肢の全て	1	4.8
大嫌いな政治家の出身地だから	1	4.8
回答数合計	21	100.0

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

6. 島根県の情報接触度

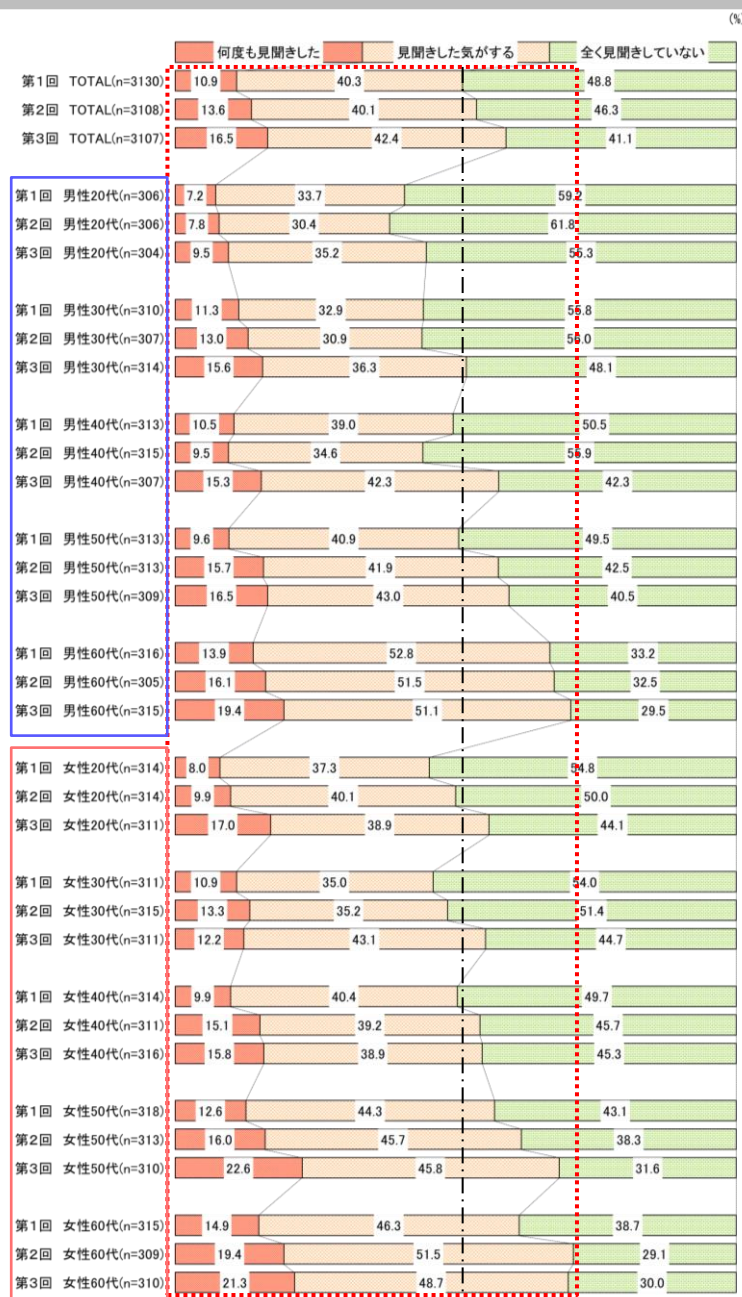
【設問 15】過去 1 年間において、島根県に関する情報を見聞きしたことがありますか。

(回答は 1 つ)

- ・全体では、「何度も見聞きした」と回答した人は 1 割程度で、「見聞きした気がする」も含めると、半数を超える。
- ・全 3 回の調査結果を比較すると、「何度も見聞きした」および「見聞きした気がする」の割合が全ての世代で増加傾向にある。

<セグメント分析>

- ・男女ともに年齢が高くなるにつれて「何度も見聞きした」と「見聞きした気がする」の割合が高くなっており、60 代男性が最も高い割合となっている。



2. 調査結果

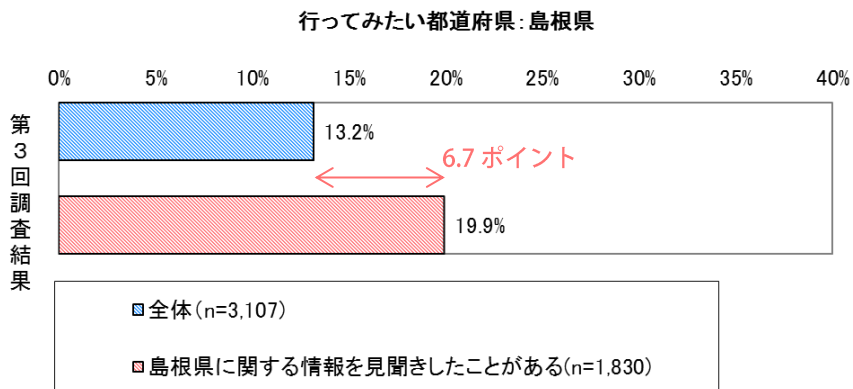
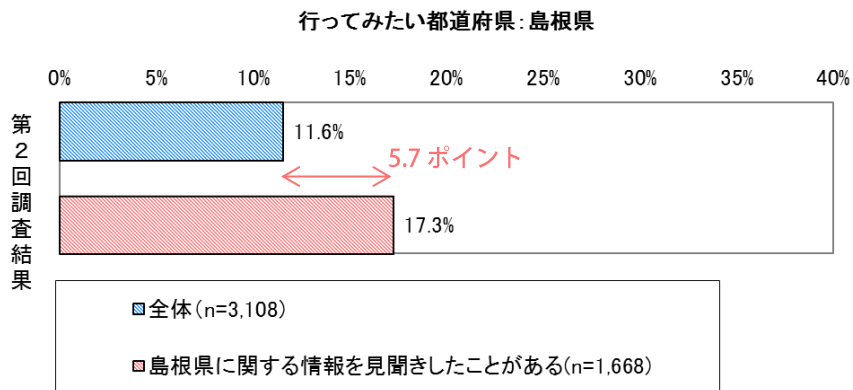
参考 2

島根県に関する情報接触経験の比較分析

- (1) 行ってみたい都道府県（設問 10）との比較分析
- (2) 島根県への今後の旅行意向（設問 11）との比較分析

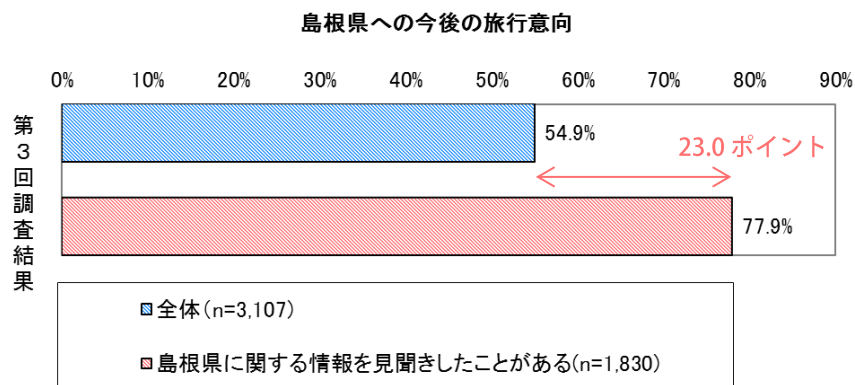
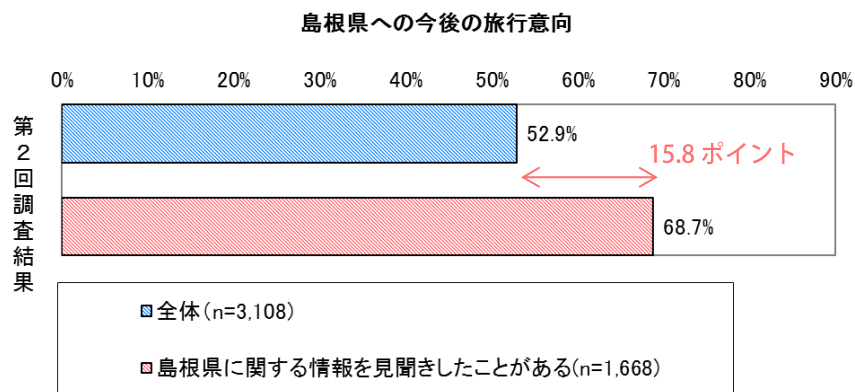
(1) 行ってみたい都道府県（設問 10）との比較分析

- ・ 行ってみたい都道府県上位 5 位に「島根県」と回答した人について、分母を全体と、島根県に関する情報接触者（過去 1 年間）で比較分析する。
- ・ 分母が全体的な場合、第 2 回 11.6%、第 3 回 13.2%と、1.6 ポイント増加している。
- ・ 島根県に関する情報接触者（過去 1 年間）の場合も、第 2 回 17.3%、第 3 回 19.9%と 2.6 ポイント増加している。
- ・ 情報接触者（過去 1 年間）と全体では、島根県への来訪意向に約 6.0~7.0 ポイントの差があり、島根県に関する情報に接触経験がある人ほど、行ってみたい都道府県として島根県を上位に挙げている。



(2) 島根県への今後の旅行意向（設問11）との比較分析

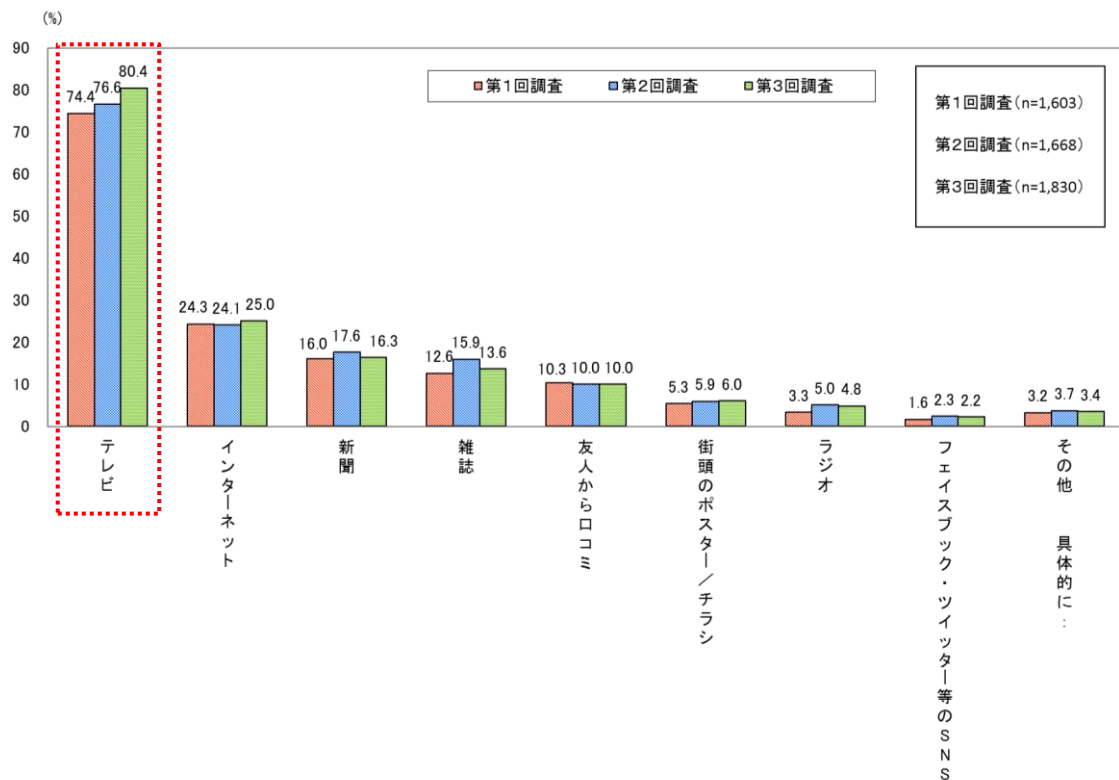
- ・今後、島根県へ「行ってみたい」と回答した人について、分母を全体と、島根県に関する情報接触者（過去1年間）で比較分析する。
- ・分母が全体の場合、第2回 52.9%、第3回 54.9%と、2.0ポイント増加している。
- ・島根県に関する情報接触者（過去1年間）の場合も、第2回 68.7%、第3回 77.9%で9.2ポイント増加している。
- ・情報接触者（過去1年間）と全体では、今後の旅行意向に約16.0～23.0ポイントの差があり、島根県に関する情報接触経験がある人ほど、旅行意向が高いことがわかる。



2. 調査結果

【設問 16】島根県に関する情報を見聞きした人にお伺いします。島根県に関する情報は何で見聞きしましたか。(回答はいくつでも)

- ・「テレビ」が最も多く、次いで「インターネット」、「新聞」、「雑誌」、「友人からの口コミ」となっている。
- ・全3回の調査結果を比較すると、「テレビ」で見聞きした人は増加傾向にあるが、その他のツールは概ね同様の結果となっている。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・男性は「新聞」や「インターネット」、女性は「友人からの口コミ」の割合が高い傾向がある。
- ・60代男女では、「新聞」が他の年代と比較して最も高い割合となっている。

		n=	テレビ	インターネット	新聞	雑誌	友人からの口コミ	街頭のポスター／チラシ	ラジオ	フェイスブック・ツイッター等のSNS	その他 具体的に：	(%)
TOTAL(第1回)		1,603	74.4	24.3	16.0	12.6	10.3	5.3	3.3	1.6	3.2	
TOTAL(第2回)		1,668	76.6	24.1	17.6	15.9	10.0	5.9	5.0	2.3	3.7	
TOTAL(第3回)		1,830	80.4	25.0	16.3	13.6	10.0	6.0	4.8	2.2	3.4	
男性20代	第1回	125	77.6	29.6	16.0	9.6	6.4	6.4	4.0	4.0	1.6	
	第2回	117	70.1	37.6	6.0	7.7	6.8	6.0	6.0	3.4	0.9	
	第3回	136	75.7	39.7	10.3	8.1	10.3	7.4	7.4	2.9	2.9	
男性30代	第1回	137	69.3	34.3	13.9	13.9	10.2	10.9	3.6	0.7	4.4	
	第2回	135	74.1	35.6	15.6	15.6	6.7	6.7	5.9	2.2	3.7	
	第3回	163	73.6	39.9	16.6	14.7	8.6	6.1	4.9	3.7	4.3	
男性40代	第1回	155	66.5	41.3	14.8	13.5	7.1	3.9	7.1	3.2	1.3	
	第2回	139	69.8	30.2	11.5	13.7	7.9	5.8	9.4	2.2	3.6	
	第3回	177	79.1	29.9	11.9	9.6	6.8	5.6	5.6	1.1	2.3	
男性50代	第1回	158	79.1	30.4	12.7	14.6	4.4	6.3	2.5	0.0	0.6	
	第2回	180	81.1	31.1	16.1	18.3	2.2	3.9	5.6	1.1	3.3	
	第3回	184	78.3	30.4	17.9	14.1	6.5	5.4	3.8	1.6	3.3	
男性60代	第1回	211	73.0	26.5	32.7	17.5	5.2	4.3	4.3	0.0	4.7	
	第2回	206	73.8	24.3	38.3	21.8	9.2	8.3	7.3	1.5	2.9	
	第3回	222	79.7	28.4	28.8	15.8	5.4	6.3	8.1	0.9	2.7	
女性20代	第1回	142	76.8	19.7	6.3	7.7	13.4	7.7	2.1	4.9	4.2	
	第2回	157	71.3	22.9	6.4	14.6	19.7	10.2	3.8	7.0	3.2	
	第3回	174	81.6	21.3	6.3	13.2	20.1	6.3	1.1	6.9	2.9	
女性30代	第1回	143	72.7	23.1	8.4	14.7	13.3	4.9	0.7	2.8	1.4	
	第2回	153	77.8	21.6	7.2	13.7	15.0	5.9	2.6	3.3	3.3	
	第3回	172	83.1	22.7	10.5	12.8	11.6	5.8	4.7	2.9	2.3	
女性40代	第1回	158	77.2	13.9	7.6	5.7	15.2	1.3	2.5	0.0	7.0	
	第2回	169	82.8	20.1	11.2	14.2	8.9	4.1	5.3	2.4	4.1	
	第3回	173	82.7	16.8	13.3	12.7	8.1	5.8	5.2	2.3	5.2	
女性50代	第1回	181	80.1	16.6	9.9	8.8	8.8	4.4	1.7	2.2	3.9	
	第2回	193	80.8	18.1	20.2	15.0	8.8	3.1	1.0	0.5	4.7	
	第3回	212	84.9	14.6	13.7	15.6	8.0	4.2	1.4	0.9	1.9	
女性60代	第1回	193	72.0	13.0	28.5	17.1	18.7	4.7	4.1	0.0	2.1	
	第2回	219	79.5	11.0	28.3	19.2	13.2	5.5	4.6	0.9	5.5	
	第3回	217	82.5	14.3	27.2	16.1	15.2	7.4	5.5	0.5	6.0	

2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=51

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	6	11.8%	6	11.8%
テレビ・インターネット	2ch	1	2.0%	3	5.9%
	しまねっこをCMで見たりする。	1	2.0%		
	テレビ番組で仁科親子が出雲大社等に出かける縁結びの旅を放送していた	1	2.0%		
ロコミ	家族／親戚からのロコミ	11	21.6%	14	27.5%
	友人／職場の同僚／上司からのロコミ	2	3.9%		
	島根県の人から	1	2.0%		
アンテナショップ	にほんばし島根館	3	5.9%	3	5.9%
書籍・パンフレット	旅行会社のパンフレット	6	11.8%	15	29.4%
	書籍	3	5.9%		
	漫画	3	5.9%		
	島根図鑑	1	2.0%		
	八雲立つ(漫画)	1	2.0%		
	美味しんぼ(漫画)	1	2.0%		
イベント	池袋の旅フェア	3	5.9%	3	5.9%
仕事関係	仕事上の資料	1	2.0%	1	2.0%
電車内	電車の広告	3	5.9%	3	5.9%
その他	覚えていない	2	3.9%	6	11.8%
	お土産	1	2.0%		
	クラブツーリズムのチラシ	1	2.0%		
	ふるさと納税	1	2.0%		
	室町	1	2.0%		
回答数合計				54	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

■第2回「その他 具体的に」の自由回答

N=59

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
テレビ・インターネット	DAIGOが観光大使?になったとテレビで言っていた	1	1.7%	2	3.4%
	リメンバー島根	1	1.7%		
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	5	8.5%	6	10.2%
	国会議員の石破茂さんの故郷?	1	1.7%		
ロコミ	家族／親戚からのロコミ	8	13.6%	10	16.9%
	友人／職場の同僚／上司からのロコミ	2	3.4%		
アンテナショップ	にほんばし島根館	11	18.6%	11	18.6%
書籍・パンフレット	旅行会社のパンフレット	10	16.9%	20	33.9%
	地図や書籍	5	8.5%		
	古事記伝／歴史書	2	3.4%		
	出雲大社に関する書籍	1	1.7%		
	文庫本・小説	1	1.7%		
	漫画	1	1.7%		
仕事関係	電車の広告	5	8.5%	5	8.5%
電車内	覚えていない	3	5.1%	3	5.1%
その他	仕事関係	1	1.7%	2	3.4%
	会席料理 新ばし鮎正	1	1.7%		
回答数合計				59	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

■第3回「その他 具体的に」の自由回答

N=62

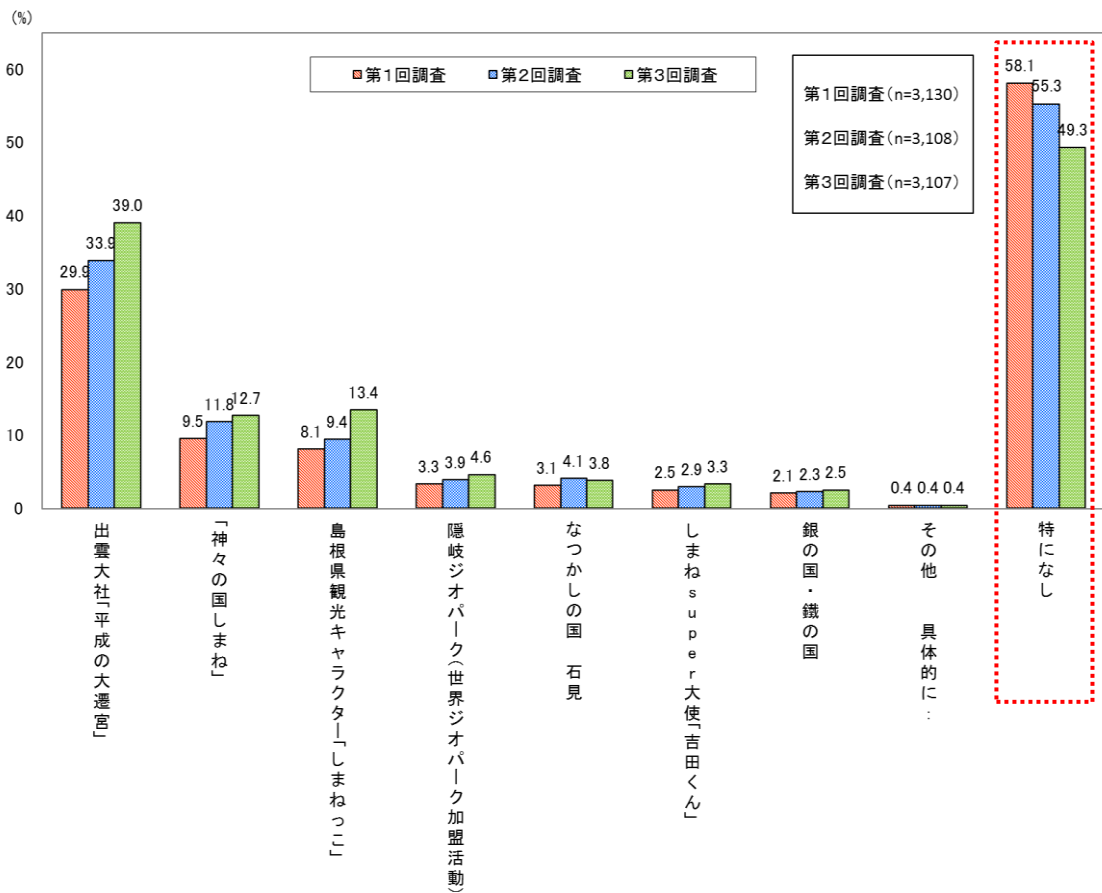
分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
テレビ・インターネット	アニメ	2	3.2%	4	6.5%
	移民しませんか？サイト	1	1.6%		
	月曜から夜更かし	1	1.6%		
キャラクター・著名人	秘密結社 鷹の爪／吉田くん	2	3.2%	3	4.8%
	日高郁人選手	1	1.6%		
アンテナショップ	にほんばし島根館	8	12.9%	8	12.9%
書籍・パンフレット	旅行会社のパンフレット	7	11.3%	11	17.7%
	ガイドブック	1	1.6%		
	サプリメントシジミ習慣の記事から	1	1.6%		
	ふるさと納税の案内パンフ	1	1.6%		
	本屋さんで式年遷宮(伊勢、島根が同じ年だったので)特集	1	1.6%		
イベント	スーパー、デパートでの催事	3	4.8%	7	11.3%
	ふるさと祭り2014	1	1.6%		
	イベントでしまねっこを見た	1	1.6%		
	国際展示場	1	1.6%		
	肉祭り(2013年10月頃品川で開催)	1	1.6%		
口コミ	家族／親戚からの口コミ	10	16.1%	11	17.7%
	友人／職場の同僚／上司からの口コミ	1	1.6%		
仕事関係	仕事関係	3	4.8%	3	4.8%
電車内	電車の広告	6	9.7%	6	9.7%
その他	TVゲーム	1	1.6%	9	14.5%
	伊勢神宮参拝の折	1	1.6%		
	一畑電鉄の職員から直接聞いた	1	1.6%		
	客	1	1.6%		
	個人的に調べた	1	1.6%		
	講座、島根の研究者	1	1.6%		
	島根イン青山に良く泊まっているため	1	1.6%		
	東京にもある居酒屋「かば」	1	1.6%		
	自分で行った	1	1.6%		
回答数合計				62	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

【設問 17】 島根県や島根県内の市町村では、以下のような観光プロジェクトやキャンペーンを行っています。あなたが見聞きしたことがあるものをお答えください。（回答はいくつでも）

- ・「特になし」が最も多く、次いで「出雲大社 平成の大遷宮」、「神々の国しまね」となっている。
- ・第1回～第3回の調査結果をみると、「特になし」が減少傾向であり、その他は概ね増加傾向にある。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・男女ともに若い世代ほど「特になし」の割合が高くなっている。
- ・女性では、「しまねっこ」の割合が男性よりも高くなっており、特に20代女性の割合が高い。
- ・「しまねっこ」や「吉田くん」については、20~40代男女の割合が高い傾向があり、その他の項目は年齢が高くなるにつれて見聞きした割合が高くなっている。

		n=	出雲大社「平成の大遷宮」	「神々の国しまね」	「しまねっこ」	島根県観光キャラクター	「しまねっこ」	隠岐ジオパーク（世界ジオパーク加盟活動）	なつかしの国 石見	「しまねスーパー大使」	「吉田くん」	銀の国・鐵の国	その他 具体的に：	特になし	(%)
TOTAL (第1回)		3,130	29.9	9.5	8.1	3.3	3.1	2.5	2.1	0.4	58.1				
TOTAL (第2回)		3,108	33.9	11.8	9.4	3.9	4.1	2.9	2.3	0.4	55.3				
TOTAL (第3回)		3,107	39.0	12.7	13.4	4.6	3.8	3.3	2.5	0.4	49.3				
男性20代	第1回	306	14.1	7.5	6.9	3.9	2.3	5.2	2.3	0.3	73.5				
	第2回	306	16.3	9.5	8.2	2.3	1.3	4.2	1.3	0.7	71.6				
	第3回	304	20.7	8.9	7.9	3.3	1.6	5.3	2.0	0.3	65.5				
男性30代	第1回	310	19.4	5.8	6.1	3.2	1.3	5.8	2.6	1.0	66.8				
	第2回	307	22.1	7.8	7.5	3.6	4.2	4.6	2.0	0.7	66.8				
	第3回	314	27.4	12.7	9.6	6.7	3.2	5.7	2.5	1.0	60.2				
男性40代	第1回	313	28.8	10.5	6.4	2.9	3.5	3.5	1.9	0.6	58.1				
	第2回	315	23.5	7.3	5.1	3.5	4.1	2.2	2.9	0.3	67.9				
	第3回	307	30.9	9.4	9.8	4.2	2.3	4.2	1.6	0.0	56.7				
男性50代	第1回	313	33.2	10.2	4.8	3.5	3.2	0.6	1.9	0.3	56.5				
	第2回	313	39.9	12.8	4.5	3.2	3.5	1.6	3.5	0.0	54.6				
	第3回	309	46.6	12.9	4.2	4.5	5.8	1.9	2.3	1.3	46.6				
男性60代	第1回	316	49.7	15.2	4.1	8.2	7.6	0.3	6.0	0.0	42.4				
	第2回	305	54.4	17.7	5.2	7.5	9.5	0.7	3.9	0.0	38.7				
	第3回	315	54.9	14.0	7.9	8.6	8.6	0.6	5.7	0.6	37.8				
女性20代	第1回	314	17.5	6.4	17.5	1.3	0.3	2.5	1.0	0.3	65.3				
	第2回	314	25.5	9.6	16.6	2.2	1.3	5.1	1.6	0.3	59.6				
	第3回	311	28.0	9.6	28.0	4.8	1.9	5.1	1.9	0.3	52.1				
女性30代	第1回	311	24.4	8.4	8.7	1.9	1.3	2.3	1.3	0.6	64.0				
	第2回	315	27.0	9.5	14.6	1.9	2.2	2.9	1.0	0.6	58.7				
	第3回	311	33.8	13.8	19.6	2.9	1.9	3.2	1.6	0.0	52.1				
女性40代	第1回	314	27.7	5.7	11.5	1.0	1.0	3.5	0.6	0.6	58.6				
	第2回	311	31.8	12.5	13.2	4.5	3.5	5.1	2.6	0.3	51.4				
	第3回	316	38.9	13.0	19.6	5.1	1.6	4.1	0.9	0.3	49.1				
女性50代	第1回	318	37.1	11.9	10.1	1.3	1.9	0.9	0.9	0.3	52.2				
	第2回	313	45.0	14.7	9.3	4.5	2.9	1.9	1.0	0.3	47.0				
	第3回	310	53.2	11.9	16.1	1.9	2.3	1.3	1.9	0.3	36.5				
女性60代	第1回	315	46.7	13.0	5.4	5.4	8.3	0.0	2.5	0.3	44.4				
	第2回	309	53.4	17.2	10.0	6.1	8.7	1.0	3.6	0.3	36.2				
	第3回	310	55.2	21.0	11.3	3.5	8.4	1.0	4.8	0.0	36.8				

2. 調査結果

■第1回「その他 具体的に」の自由回答

N=12

項目	件数	割合(%)
竹島	2	16.7%
NHKわんわんワンダーランド	1	8.3%
きぬむすめ	1	8.3%
縁結びの出雲大社	1	8.3%
縁結び出雲空港	1	8.3%
原始人の隣県侵攻	1	8.3%
自虐カレンダー／自虐ギャグ	1	8.3%
松平不昧公による茶道が盛んで、和菓子が素晴らしい	1	8.3%
祖母が島根出身なので話を聞いた。	1	8.3%
島根スク	1	8.3%
島根は鳥取の左	1	8.3%
回答数合計	12	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

■第2回「その他 具体的に」の自由回答

N=10

項目	件数	割合(%)
秘密結社 鷹の爪／吉田くん	2	20.0%
IJのコンテナ型データセンタ	1	10.0%
サンライズ出雲	1	10.0%
テンポ良い「しまね」という歌	1	10.0%
わすれた	1	10.0%
出雲大社の60年ぶりのなんとやら	1	10.0%
竹島問題	1	10.0%
友人から松江について	1	10.0%
妖怪ロード	1	10.0%
回答数合計	10	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

■第3回「その他 具体的に」の自由回答

N=13

項目	件数	割合(%)
竹島	3	23.1%
自虐カレンダー／自虐ギャグ	3	23.1%
スターバックスの話	1	7.7%
そば	1	7.7%
のどぐろ等の海産物	1	7.7%
ふるさと納税	1	7.7%
月曜から夜更かし	1	7.7%
宍道湖	1	7.7%
石見銀山	1	7.7%
島根に砂丘はねえって言ってんだろがキャンペーン	1	7.7%
回答数合計	14	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

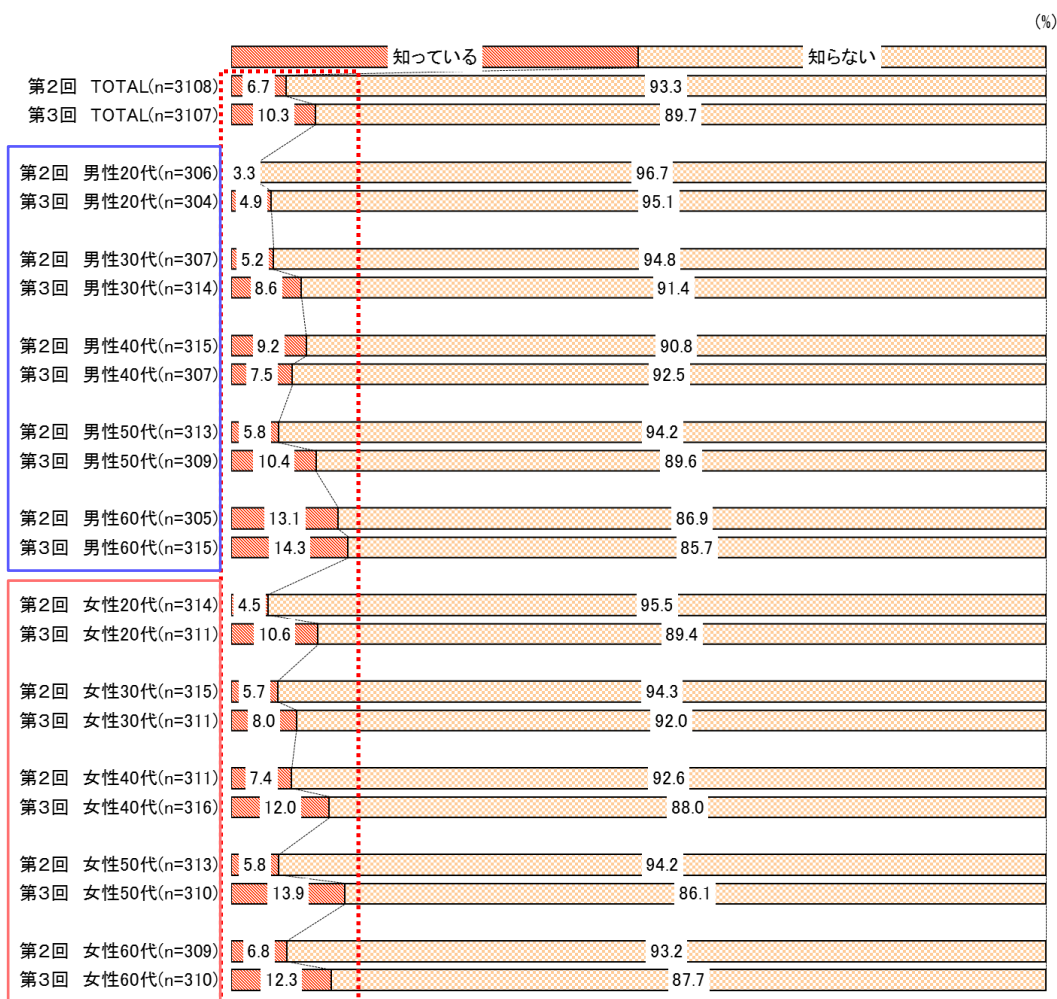
7. 「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンの認知度調査

【設問 18】島根県では、ミュージシャンの DAIGO がイメージキャラクターを務める「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンを行っています。ご存知ですか。（回答は 1 つ）

- ・全体では、約 1 割が「知っている」と回答している。
- ・第 2 回と第 3 回の調査結果を比較すると、全体では「知っている」が 3.6 ポイント増加している。

<セグメント分析>

- ・第 2 回、第 3 回の調査結果を比較すると、40 代男性を除き、全てのセグメントで認知度が向上している。特に、50 代男性、20 代女性、60 代女性においては、認知度が約 2 倍に向上している。
- ・60 代男性の認知度が高く、一方で 20 代では男女ともに最も認知度が低くなっている。



2. 調査結果

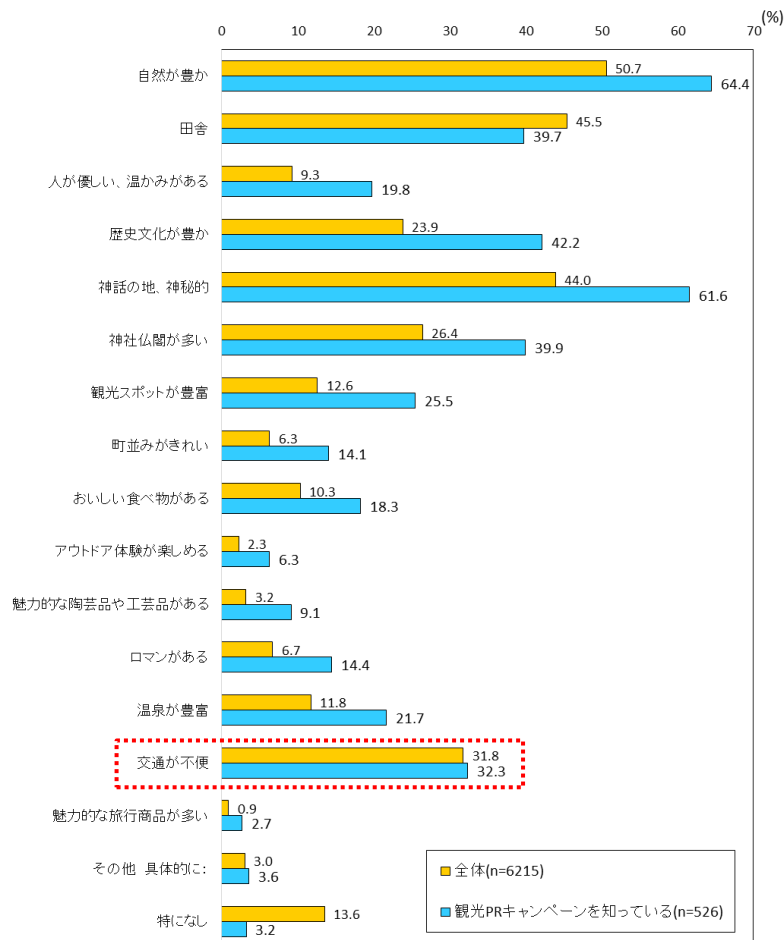
参考3

観光PRキャンペーンの比較分析

- (1) 島根県のイメージ（設問2）との比較分析
- (2) 島根県の観光コンテンツの認知度（設問4）との比較分析
- (3) 島根県の観光コンテンツの関心度（設問5）との比較分析
- (4) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析
- (5) 島根県への今後の旅行意向（設問11）との比較分析

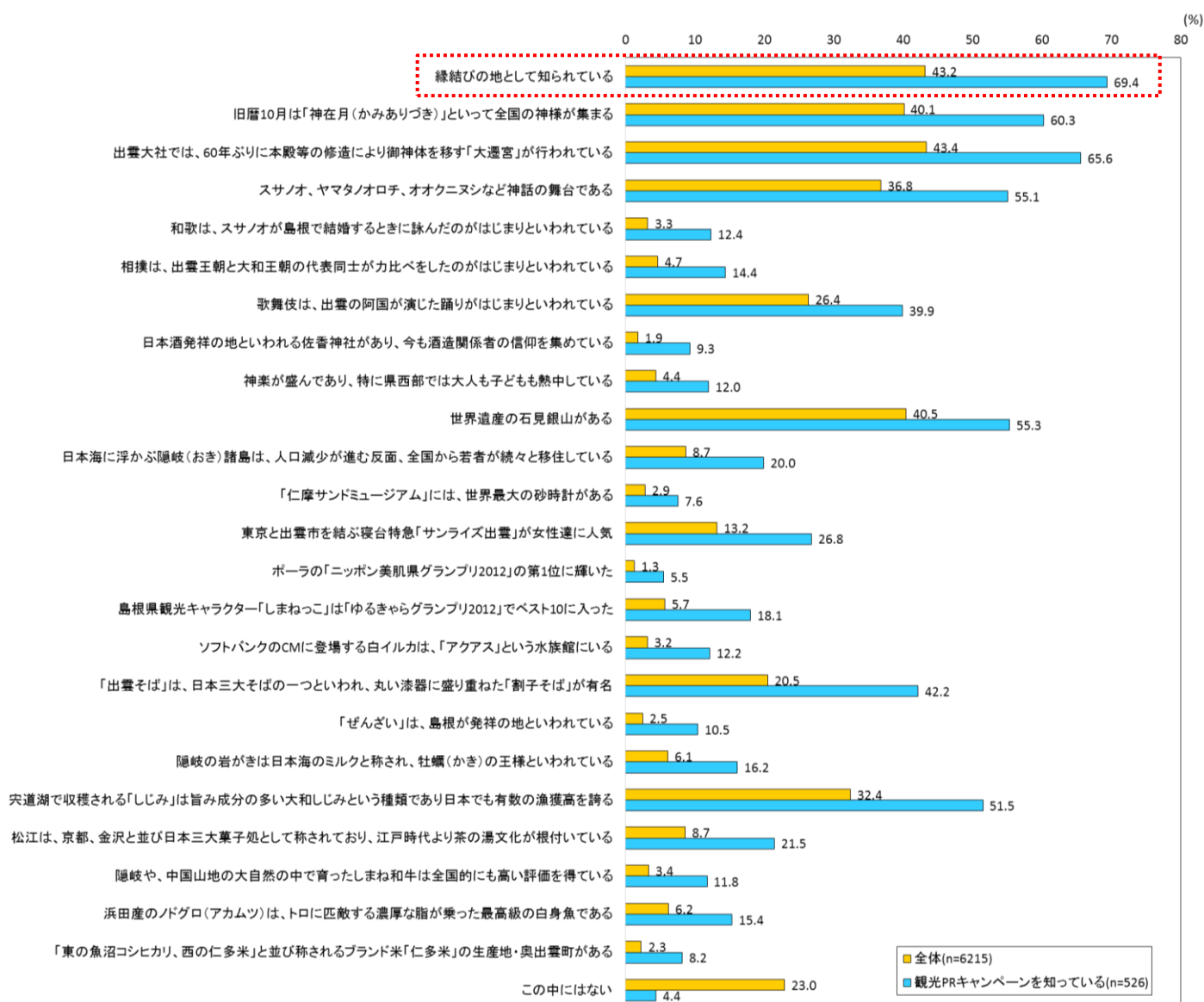
(1) 島根県のイメージ（設問2）との比較分析

- ・ 島根県のイメージについて、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・ 全体的に、観光PRキャンペーンを知っている人ほど、島根県のポジティブなイメージを持っている傾向が強い。
- ・ 「交通が不便」というイメージは、分母が全体、観光PRキャンペーンを知っている人どちらの場合も、ほぼ同じ割合となっている。



(2) 島根県の観光コンテンツの認知度（設問4）との比較分析

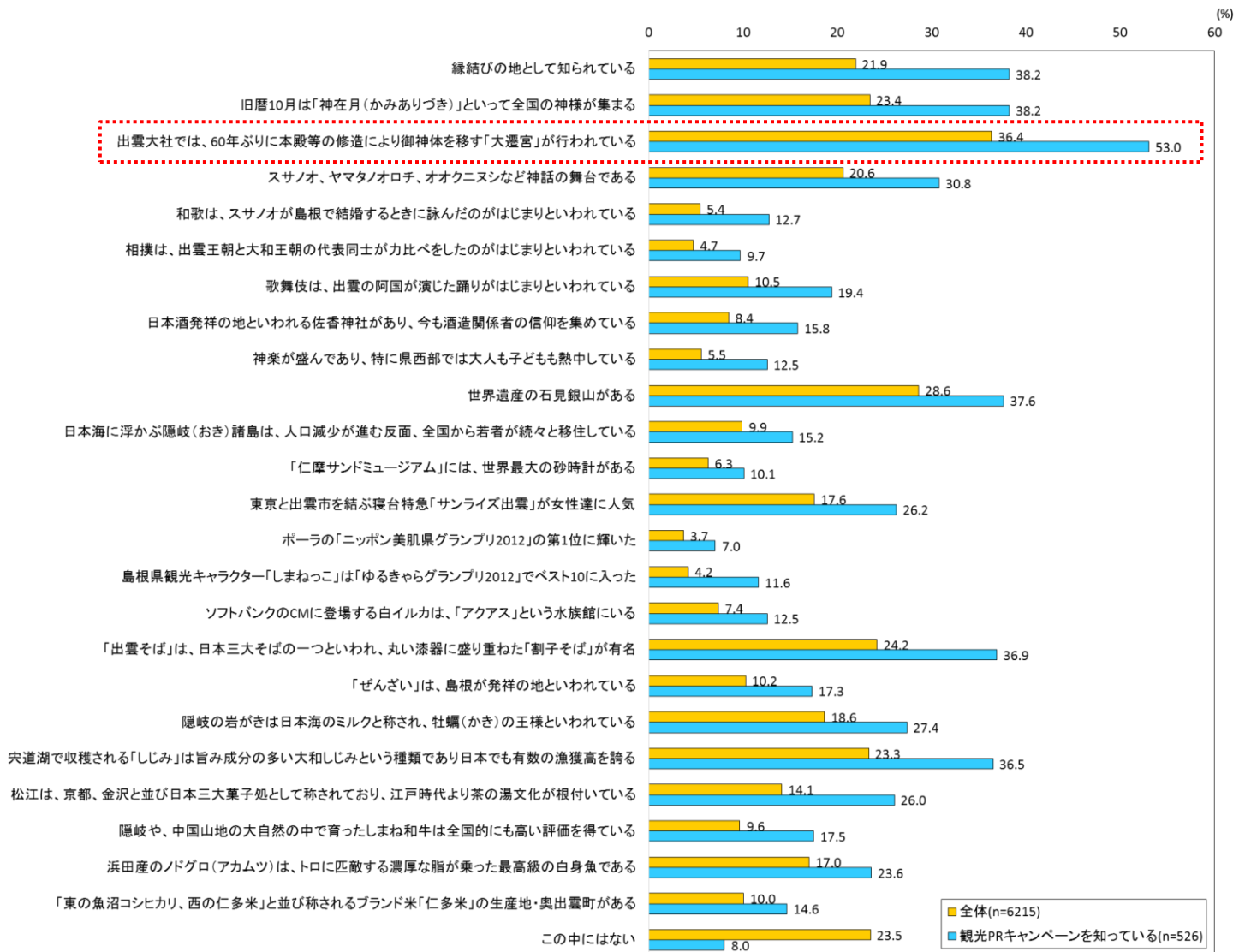
- ・島根県の観光コンテンツの認知度について、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・観光PRキャンペーンを知っている人ほど認知度が高く、特に「縁結びの地」は26.2ポイント増加している。



2. 調査結果

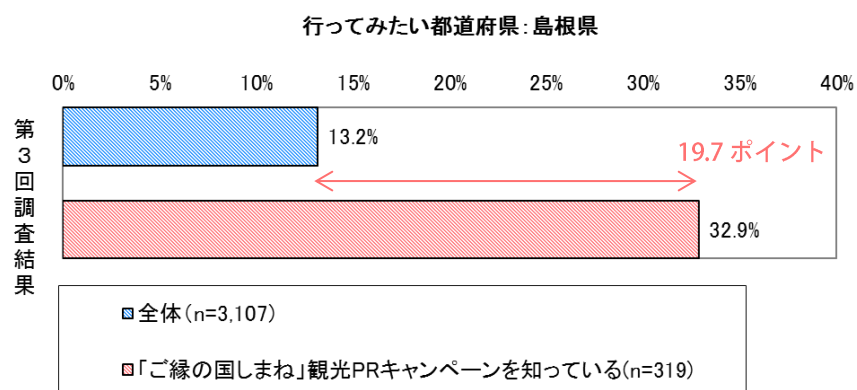
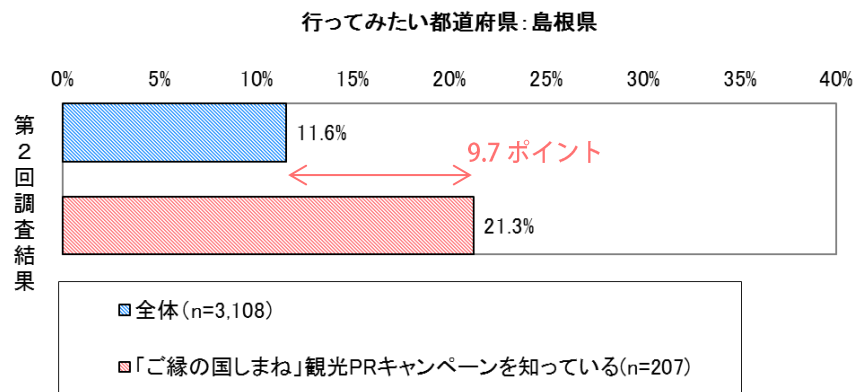
(3) 島根県の観光コンテンツの関心度（設問5）との比較分析

- ・ 島根県の観光コンテンツの関心度について、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・ 観光PRキャンペーンを知っている人ほど関心度が高く、特に「大遷宮」は16.6ポイント増加している。



(4) 行ってみたい都道府県（設問10）との比較分析

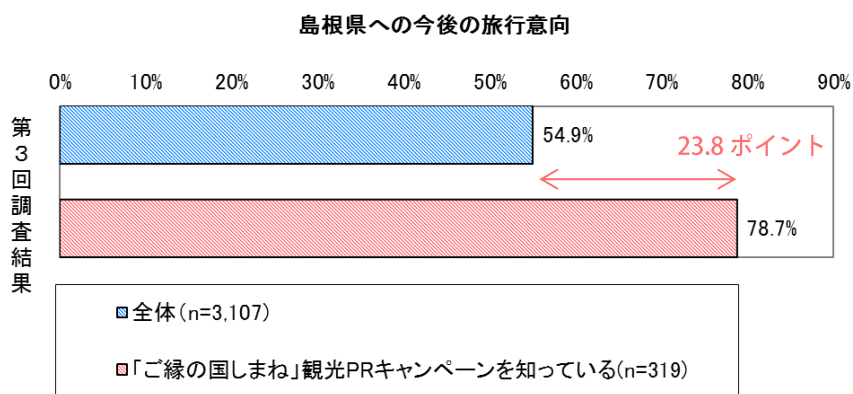
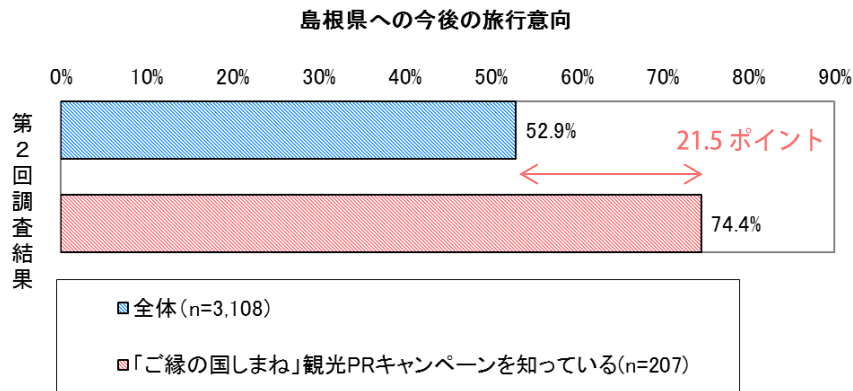
- ・行ってみたい都道府県上位5位に「島根県」と回答した人について、分母を全体と、観光PRキャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・分母が全体の場合、第2回11.6%、第3回13.2%と、1.6ポイント増加している。
- ・観光PRキャンペーンを知っている人の場合も、第2回21.3%、第3回32.9%で、11.6ポイント増加している。
- ・観光PRキャンペーンを知っている人と全体では、島根県への来訪意向に約10.0~20.0ポイントの差があり、観光PRキャンペーンを知っている人ほど、行ってみたい都道府県として島根県を上位に挙げている。



2. 調査結果

(5) 島根県への今後の旅行意向（設問 1 1）との比較分析

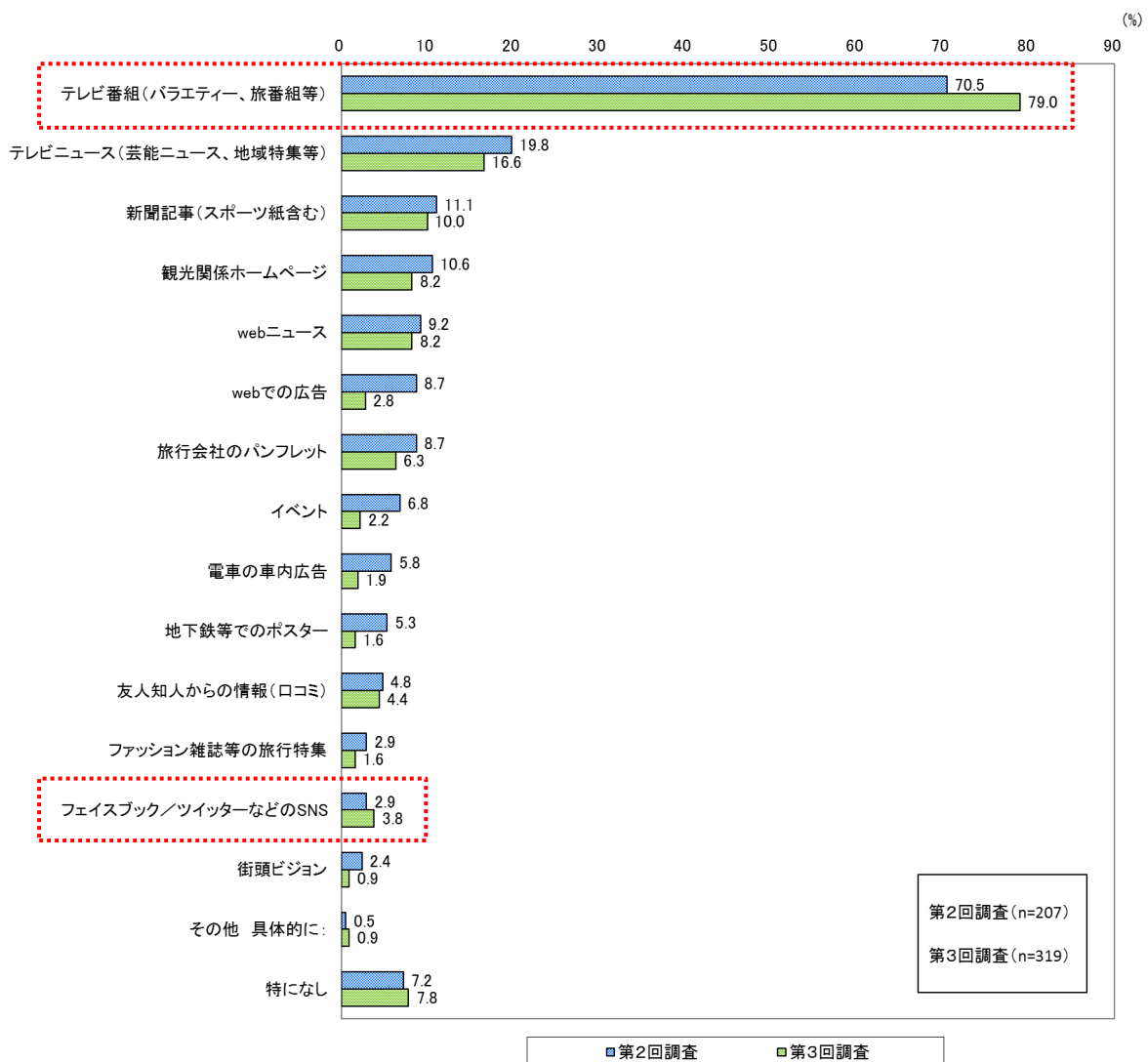
- ・今後、島根県へ「行ってみたい」と回答した人について、分母を全体と、観光 PR キャンペーンを知っている人で比較分析する。
- ・分母が全体の場合、第 2 回 52.9%、第 3 回 54.9%と、2.0 ポイント増加している。
- ・観光 PR キャンペーンを知っている人の場合も、第 2 回 74.4%、第 3 回 78.7%で 4.3 ポイント増加している。
- ・観光 PR キャンペーンを知っている人と全体では、今後の旅行意向に約 21.0~24.0 ポイントの差があり、観光 PR キャンペーンを知っている人ほど、旅行意向が高いことがわかる。



2. 調査結果

【設問 19】「ご縁の国しまね」観光 PR キャンペーンに関する情報は何で見聞きしましたか。（回答はいくつでも）

- ・「テレビ番組」が最も多く、次いで「テレビニュース」、新聞記事となっている。
- ・第2回、第3回の調査結果を比較すると、概ね同様の傾向となっているが、「テレビ番組」と「フェイスブック／ツイッターなどのSNS」は増加傾向である。その他のツールについては減少傾向となっているが、これは調査時期と観光 PR キャンペーンの実施時期にずれがあったことによるものと考えられる。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- ・男性は女性よりも「テレビニュース」の割合が高くなっている。
- ・「フェイスブック／ツイッターなどのSNS」での情報接触は、20～30代男女以外ではほとんどない。
- ・「新聞記事」は、60代男女の割合が高くなっている。
- ・「観光関係ホームページ」、「web ニュース」、「web での広告」、「電車の車内広告」での情報接触は、20～30代男女の割合が高い。

		テレビ番組（バラエティー、旅番組等）	テレビニュース（芸能ニュース、地域特集等）	新聞記事（スポーツ紙含む）	観光関係ホームページ	web ニュース	web での広告	旅行会社のパンフレット	イベント	電車の車内広告	地下鉄等でのポスター	友人知人からの情報（口コミ）	ファッション雑誌等の旅行特集	フェイスブック／ツイッターなどのSNS	街頭ビジョン	その他 具体的に：	特になし	
TOTAL(第2回)		207	70.5	19.8	11.1	10.6	9.2	8.7	8.7	6.8	5.8	5.3	4.8	2.9	2.9	2.4	0.5	7.2
TOTAL(第3回)		319	79.0	16.6	10.0	8.2	8.2	2.8	6.3	2.2	1.9	1.6	4.4	1.6	3.8	0.9	0.9	7.8
男性20代	第2回	10	30.0	30.0	10.0	20.0	10.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0
	第3回	15	73.3	26.7	6.7	6.7	20.0	6.7	13.3	6.7	0.0	0.0	13.3	0.0	20.0	6.7	0.0	6.7
男性30代	第2回	16	62.5	31.3	6.3	18.8	18.8	25.0	6.3	18.8	12.5	6.3	0.0	6.3	6.3	0.0	0.0	6.3
	第3回	27	63.0	25.9	11.1	3.7	11.1	11.1	11.1	7.4	3.7	3.7	11.1	7.4	7.4	0.0	0.0	11.1
男性40代	第2回	29	55.2	27.6	13.8	6.9	6.9	6.9	3.4	3.4	3.4	3.4	3.4	0.0	0.0	0.0	0.0	24.1
	第3回	23	82.6	4.3	4.3	8.7	13.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	13.0
男性50代	第2回	18	88.9	27.8	5.6	11.1	5.6	5.6	5.6	5.6	0.0	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	第3回	32	81.3	6.3	9.4	6.3	3.1	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
男性60代	第2回	40	80.0	25.0	17.5	10.0	10.0	2.5	10.0	0.0	7.5	7.5	7.5	2.5	0.0	0.0	0.0	2.5
	第3回	45	66.7	17.8	20.0	13.3	6.7	2.2	13.3	2.2	0.0	0.0	4.4	0.0	2.2	0.0	0.0	13.3
女性20代	第2回	14	50.0	21.4	7.1	21.4	14.3	21.4	14.3	7.1	14.3	7.1	7.1	7.1	14.3	14.3	0.0	7.1
	第3回	33	81.8	18.2	3.0	9.1	9.1	3.0	3.0	3.0	6.1	3.0	3.0	6.1	9.1	3.0	0.0	3.0
女性30代	第2回	18	72.2	16.7	5.6	5.6	11.1	16.7	11.1	11.1	5.6	16.7	5.6	5.6	5.6	5.6	0.0	0.0
	第3回	25	88.0	8.0	4.0	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.0	0.0	4.0	0.0	4.0	4.0	4.0
女性40代	第2回	23	78.3	8.7	8.7	8.7	13.0	13.0	8.7	13.0	4.3	4.3	4.3	0.0	4.3	4.3	0.0	4.3
	第3回	38	78.9	18.4	2.6	10.5	7.9	2.6	2.6	2.6	2.6	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3
女性50代	第2回	18	83.3	5.6	5.6	0.0	0.0	5.6	5.6	5.6	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	5.6
	第3回	43	90.7	9.3	9.3	0.0	2.3	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3
女性60代	第2回	21	76.2	4.8	19.0	9.5	4.8	0.0	19.0	4.8	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8
	第3回	38	81.6	31.6	21.1	15.8	15.8	5.3	10.5	2.6	5.3	5.3	10.5	2.6	5.3	2.6	5.3	7.9

■「その他 具体的に」の自由回答

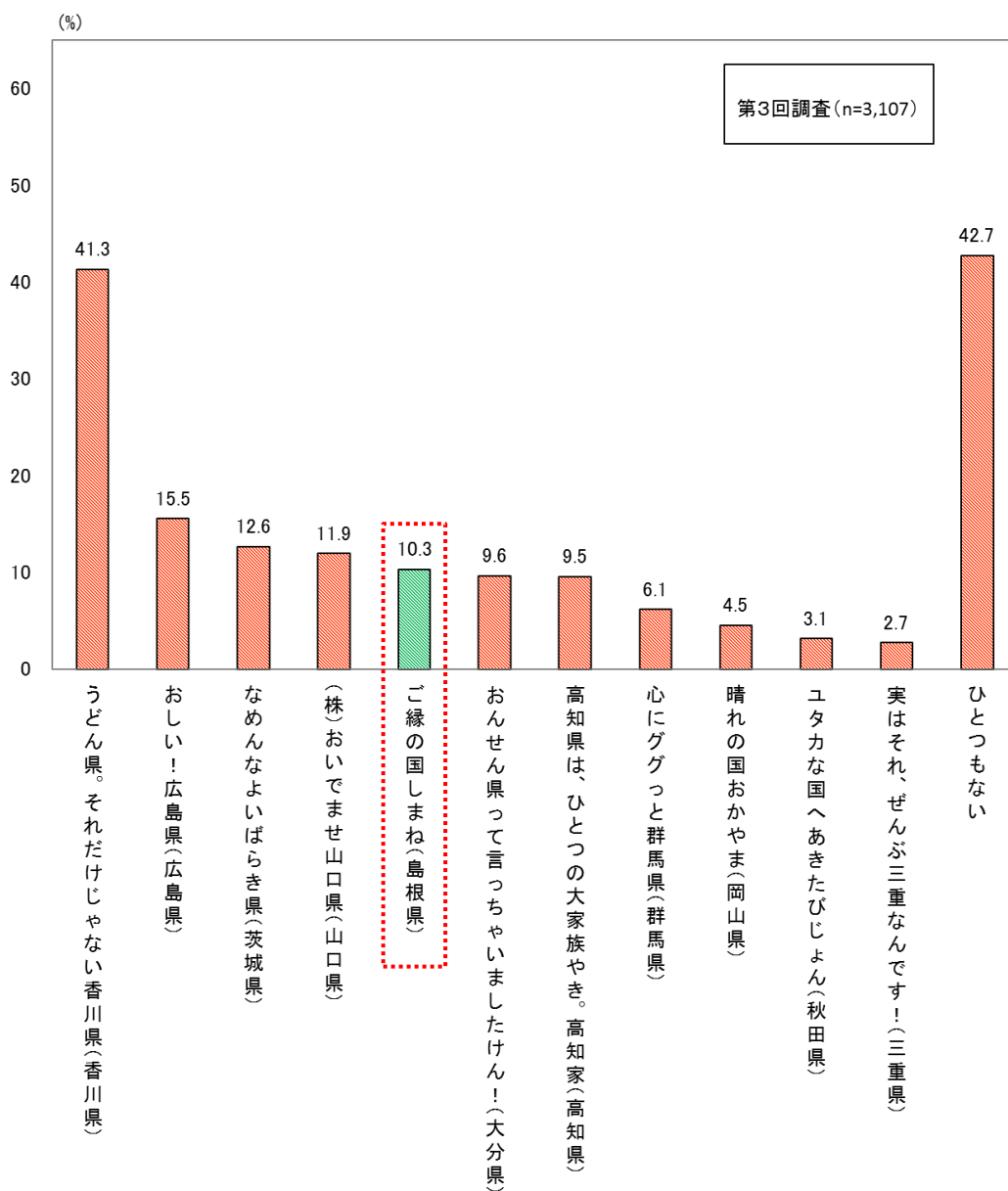
N=4

実施回	項目	件数
第2回	にほんばし島根館	1
第3回	DAIGOが出ていたテレビ番組	1
第3回	ふるさとまつり	1
第3回	にほんばし島根館	1
回答数合計		4

2. 調査結果

【設問20】全国の自治体では、以下のような観光プロジェクトやキャンペーンを行っています。あなたが見聞きしたことがあるものをお答えください。（回答はいくつでも）

- ・「ひとつもない」と回答した人が 42.7%で最も多く、次いで「うどん県（香川県）」（41.3%）、「おいしい！広島県（広島県）」（15.5%）となっている。
- ・「ご縁の国しまね」観光PRキャンペーンの認知度（第3回調査：10.3%）と比較すると、山口県に次いで5位の認知度となる。



2. 調査結果

■性別×年代別セグメント集計表

<セグメント分析>

- 全体的に、年齢が高くなるにつれて認知度も高くなる傾向がある。
- 香川県の「うどん県」は男性よりも女性からの認知度が高くなっており、女性の全ての年代で4割以上となっている。
- 広島県の「おいしい！広島県」は60代女性を除いて、男女年代に関係なく一定の認知度がある。
- 山口県の「(株) おいでませ山口県」は、20~40代の若い世代の認知度と50~60代の認知度の差が大きい傾向がある。
- 島根県は女性からの認知度が高い傾向があるが、認知度が最も高いセグメントは60代男性である。

	n=	うどん県。それだけじゃない香川県（香川県）	おいしい！広島県（広島県）	なめんなよいばらき県（茨城県）	(株) おいでませ山口県（山口県）	ご縁の国しまね（島根県）	おんせん県って言っちゃいましたけん！（大分県）	高知県は、ひとつの大家族やき。高知家（高知県）	心にググッと群馬県（群馬県）	晴れの国おかやま（岡山県）	ユタカナ国へあきたびじょん（秋田県）	実はそれ、ぜんぶ三重なんです！（三重県）	ひとつもない
TOTAL	3,107	41.3	15.5	12.6	11.9	10.3	9.6	9.5	6.1	4.5	3.1	2.7	42.7
男性20代	304	26.6	16.8	11.8	3.6	4.9	4.9	4.3	6.6	3.3	2.0	3.6	58.9
男性30代	314	38.2	16.6	11.1	4.8	8.6	7.6	8.0	7.0	4.8	6.1	3.5	48.1
男性40代	307	38.4	17.9	9.8	6.5	7.5	6.8	9.4	3.6	4.9	2.3	2.0	47.6
男性50代	309	40.1	14.6	10.4	16.8	10.4	10.7	14.9	6.1	3.9	1.0	2.6	44.0
男性60代	315	47.3	13.3	18.1	22.9	14.3	15.9	12.1	7.9	4.1	5.7	3.5	32.7
女性20代	311	44.4	19.0	15.1	4.2	10.6	7.1	5.1	4.5	4.5	5.8	4.8	41.2
女性30代	311	43.4	15.1	9.0	2.9	8.0	7.4	7.4	5.1	4.5	1.6	1.3	44.1
女性40代	316	41.1	18.0	16.5	4.7	12.0	10.1	12.0	5.1	6.6	1.6	1.9	42.1
女性50代	310	48.4	14.8	11.6	21.3	13.9	12.3	10.0	7.4	4.2	1.9	1.3	33.9
女性60代	310	44.2	9.0	11.9	31.6	12.3	13.2	11.3	7.4	3.9	2.6	2.9	34.8

2. 調査結果

参考 4

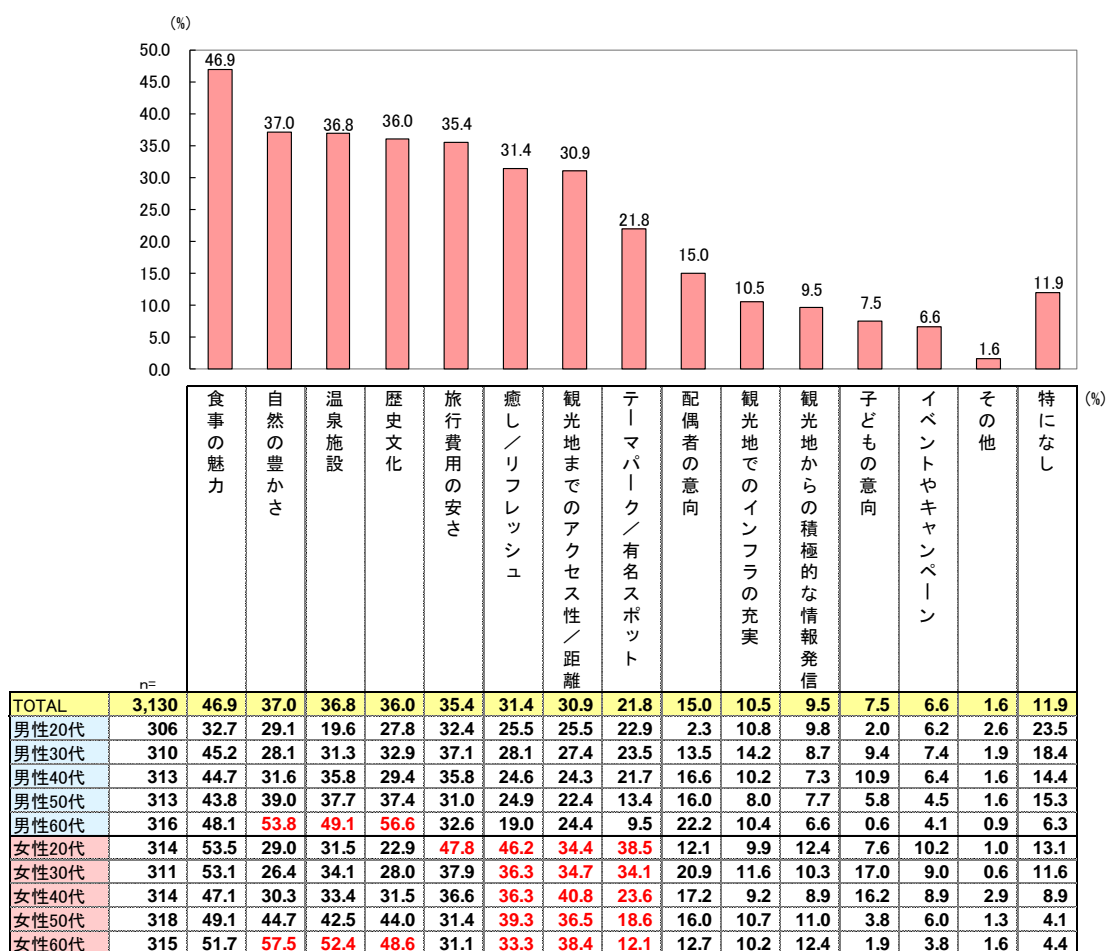
国内観光地（旅行先）を選ぶ決め手は何ですか。（回答はいくつでも）

（第1回調査より）

- 国内観光地を選ぶ決め手としては、「食事の魅力」（46.9%）が最も多く、次いで「自然の豊かさ」（37.0%）、「温泉施設」（36.8%）、「歴史文化」（36.0%）、「旅行費用の安さ」（35.4%）となっている。

<セグメント分析>

- 「癒し／リフレッシュ」、「観光地までのアクセス性／距離」、「テーマパーク／有名スポット」は男性よりも女性の割合が高く、特に「癒し／リフレッシュ」と「テーマパーク／有名スポット」は20代女性が観光地を選ぶ主な決め手の一つになっている。
- 20代女性は、「食事の魅力」に次いで「旅行費用の安さ」も主な決め手となっている。
- 「自然の豊かさ」、「温泉施設」、「歴史文化」は60代が男女ともに高い割合になっている。



2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=49

項目	件数	割合(%)
同行者(家族、友人等)の意向	5	10.2%
自分の興味や趣味にマッチした場所	3	6.1%
ペット同伴が可能な宿泊施設の有無	3	6.1%
行ったことがない場所	3	6.1%
知人、友人がその土地にいるかどうか	3	6.1%
魅力的な宿	3	6.1%
オリジナリティ、そこでしか得られないものがあるかどうか	2	4.1%
世界遺産	2	4.1%
魅力的な鉄道	2	4.1%
Jリーグクラブのサポーターなので、アウェーで行けるところ	1	2.0%
あまり混雑していない	1	2.0%
スキー	1	2.0%
そもそも旅行をあまりしない	1	2.0%
ツーリング、聖地巡礼	1	2.0%
海があること。	1	2.0%
巨樹の存在	1	2.0%
強制参加なので。。。	1	2.0%
興味のある観光資源があるかどうか	1	2.0%
近い(日帰り)	1	2.0%
高齢者への配慮	1	2.0%
散策路やサイクリングロードが整備されている	1	2.0%
思いつき	1	2.0%
治安	1	2.0%
実際に行って直接みたいものがあるかどうか	1	2.0%
出身者の薦め	1	2.0%
鍾乳洞、動物園、サファリパークがあるところ	1	2.0%
神社	1	2.0%
鷹の爪が好きだから	1	2.0%
知人からの誘い	1	2.0%
竹島	1	2.0%
非日常性	1	2.0%
有名なスポット	1	2.0%
回答数合計	49	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある

2. 調査結果

参考5

国内観光地（旅行先）を選ぶ際に、どんな情報を参考にしますか。（回答はいくつでも）（第1回調査より）

・「るるぶ/じゃらん等の旅行雑誌」（43.0%）が最も多く、次いで「旅行会社のパンフレット」（36.5%）、「観光関係ホームページ」（36.1%）、「テレビでの旅番組」（35.5%）となっている。

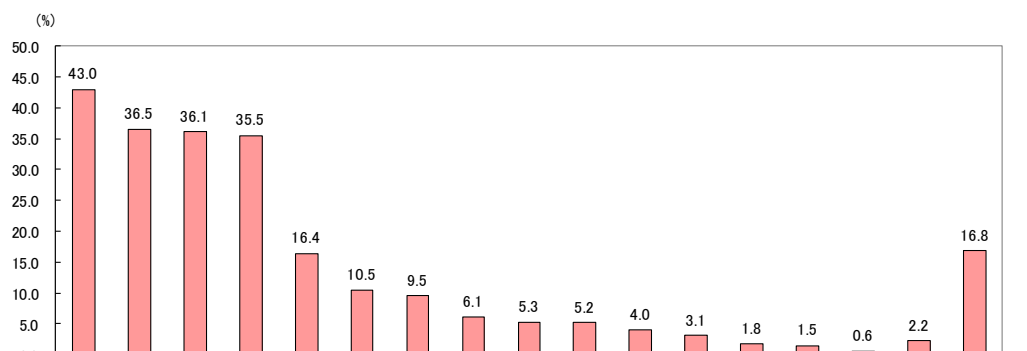
・「フェイスブック/ツイッター等のSNS」は全体で4.0%と低い割合となっている。

<セグメント分析>

・「るるぶ/じゃらん等の旅行雑誌」は特に20代~40代の女性が最も参考にしている。

・「旅行会社のパンフレット」においても女性の方が男性より全体的に利用しており、また、男性では「特になし」の割合が女性より高くなっていることから、女性の方が情報収集に積極的である傾向がみられる。

・50~60代で最も参考にされている情報は、女性は「旅行会社のパンフレット」、男性は「テレビでの旅番組」である。



	n=	るるぶ/じゃらん等の旅行雑誌	旅行会社のパンフレット	観光関係ホームページ	テレビでの旅番組	友人知人からの情報（口コミ）	テレビでの地域特集ニュース等	その他旅行雑誌	新聞広告	電車の車内広告	テレビ広告	フェイスブック/ツイッター等のSNS	ファッション雑誌等の旅行特集	漫画（料理漫画や旅漫画等）	BEEPAL/ランドネ等のアウトドア雑誌	ラジオ広告	その他	特になし
TOTAL	3,130	43.0	36.5	36.1	35.5	16.4	10.5	9.5	6.1	5.3	5.2	4.0	3.1	1.8	1.5	0.6	2.2	16.8
男性20代	306	35.6	21.9	27.1	19.0	11.1	5.9	6.2	2.6	6.5	4.9	6.9	3.6	3.6	1.3	0.3	2.3	33.3
男性30代	310	44.2	20.0	29.4	26.5	16.1	9.4	7.1	2.9	6.1	3.9	3.9	2.3	3.5	2.6	0.6	2.9	23.2
男性40代	313	40.6	26.2	36.7	24.9	8.9	7.7	7.3	4.2	4.5	5.1	5.8	0.6	0.6	3.8	1.0	1.9	20.4
男性50代	313	30.0	26.2	37.7	39.3	11.5	10.9	8.6	3.8	4.5	4.5	3.5	1.9	1.9	2.2	1.0	2.6	20.8
男性60代	316	27.5	44.0	43.4	48.7	10.1	14.2	13.9	14.6	3.8	5.7	1.3	0.9	0.0	1.6	0.6	2.2	10.8
女性20代	314	65.3	42.0	27.4	31.2	22.3	11.5	7.3	2.5	8.3	6.7	8.0	6.1	3.2	0.6	0.3	1.6	14.6
女性30代	311	58.5	40.2	36.0	31.5	18.3	6.8	7.1	1.3	5.8	2.9	3.5	6.1	2.6	1.0	0.3	2.3	15.1
女性40代	314	50.3	43.6	39.2	39.2	20.1	13.1	6.7	3.5	3.5	5.1	2.9	3.5	2.2	0.0	0.3	3.2	10.8
女性50代	318	44.7	48.1	42.8	44.3	22.0	11.0	12.9	7.5	5.0	6.3	2.8	3.8	0.3	1.9	0.3	1.6	10.7
女性60代	315	33.7	51.7	40.6	49.8	22.9	14.6	17.1	17.5	5.1	7.0	1.6	2.5	0.0	0.3	1.3	1.9	9.2

2. 調査結果

■「その他 具体的に」の自由回答

N=70

分類	項目	件数	割合(%)	分類合計	割合(%)
インターネット	インターネット検索	26	37.1%	44	62.9%
	旅行サイト(じゃらんnet、一休、ゆこゆこ、楽天等)	8	11.4%		
	個人ブログ	4	5.7%		
	インターネットでの口コミ	3	4.3%		
	インターネット広告	1	1.4%		
	芸能人、モデルのブログ	1	1.4%		
	観光施設のホームページ	1	1.4%		
テレビ	ドラマのロケ地	1	1.4%	2	2.9%
	テレビドキュメンタリー番組から	1	1.4%		
ラジオ	ラジオパーソナリティ等の旅の感想	1	1.4%	1	1.4%
書籍・ガイドブック	ことりっぶ	2	2.9%	12	17.1%
	観光ガイドブック	2	2.9%		
	ガイドブック	1	1.4%		
	歴史書	1	1.4%		
	文学書	1	1.4%		
	ダイビング雑誌	1	1.4%		
	バイクツーリング専門誌。アウトライダー等	1	1.4%		
	犬の雑誌や本	1	1.4%		
	駅で配布されている雑誌	1	1.4%		
	雑誌の特集記事	1	1.4%		
DM	DM	1	1.4%	1	1.4%
口コミ	家族の勧め	2	2.9%	2	2.9%
その他	県事務所・物産館のキャンペーン	1	1.4%	9	12.9%
	県庁観光課に資料を送ってもらう。	1	1.4%		
	巨樹情報なら何でも。	1	1.4%		
	仕事関係の情報	1	1.4%		
	若き頃の訪問先	1	1.4%		
	新聞記事	1	1.4%		
	鉄道乗りに聞く	1	1.4%		
	特に東京に限っては電車(車内CM)がよいと思う	1	1.4%		
	友達の実家がある	1	1.4%		
回答数合計				71	-

回答があった「項目」の数を集計しているため、N(回答者数)と回答数合計は一致しない場合もある